



# NACHHALTIG- KEITSBERICHT 2023

**HUGO BOSS**

# NACHHALTIGKEIT AUF EINEN BLICK

## Ziele und Ergebnisse 2023

HUGO BOSS betrachtet Nachhaltigkeit als wichtigen Bestandteil seiner „CLAIM 5“-Strategie und damit als integralen Bestandteil seines unternehmerischen Handelns. Wir sind der Überzeugung, dass „Sustainable Throughout“ für langfristiges Wachstum und Erfolg von entscheidender Bedeutung ist. Unsere **neue Nachhaltigkeitsstrategie** „For A Bold & Better Future“, die wir 2023 eingeführt haben, zielt darauf ab, einen entscheidenden Beitrag zu einem Planeten ohne Abfall und Verschmutzung zu leisten. Die Strategie basiert auf **fünf Säulen** und entsprechenden Zielen, die einen bedeutenden Wandel hin zu mehr Nachhaltigkeit in der Modeindustrie einleiten sollen. Die Säulen basieren auf einem **starken ESG-Fundament** (Environmental, Social and Governance), das tief in unserem Unternehmen verankert ist und uns bei all unseren unternehmerischen Aktivitäten leitet. 2023 haben wir durch die Fokussierung auf wirksame Initiativen und Maßnahmen bereits deutliche Erfolge erzielen können.

## 1 KREISLAUF- WIRTSCHAFT FÖRDERN

80 % kreislauffähige Bekleidungs-  
produkte bis 2030\*



- ✓ Erste zirkuläre Produkte für BOSS und HUGO wurden 2023 erfolgreich eingeführt
- ✓ Einführung von internen Circularity-Trainings und -Workshops für Design-, Produktentwicklungs- und Beschaffungsteams
- ✓ Erprobung von Kreislaufwirtschaftsmodellen wie Second-Hand-Marktplätzen und Reparatur- und Recyclingservices

> Kreislaufwirtschaft

\* Gemessen am Produktionsvolumen, Anzahl der Bekleidungsprodukte.

## 2 DIGITALISIERUNG UND DATENANALYTIK VORANTREIBEN

>90 % digital entwickelte Produkte  
bis 2025

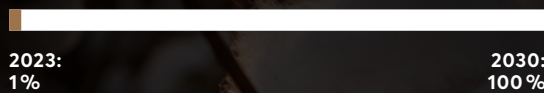


- ✓ Weitere Fortschritte bei der Entwicklung immersiver 3D-Simulationen und der Ausweitung der digitalen Entwicklung auf weitere Produktgruppen
- ✓ Erste Erfolge bei der Weiterentwicklung unseres Digital TWIN, einer intelligenten und technologiegesteuerten Business-Operations-Plattform, wie etwa Erhöhung der Transparenz in unseren globalen Beschaffungsprozessen
- ✓ Erster „3D User Summit“ in unserer Konzernzentrale zur Information und Sensibilisierung unserer Mitarbeiter

> Wichtige Nachhaltigkeitsinitiativen

## 3 FÜR DIE NATUR POSITIVE MATERIALIEN NUTZEN

100 % der natürlichen Materialien aus regenerativer Landwirtschaft oder Kreislaufwirtschaft bis 2030

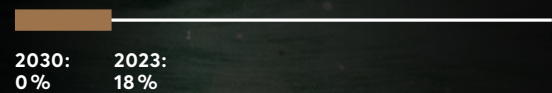


- ✓ Erste BOSS Produkte aus regenerativer Raddis-Baumwolle kamen 2023 auf den Markt
- ✓ Umstellung von 750 Hektar Land in Indien auf regenerativen Baumwollanbau in Zusammenarbeit mit Raddis
- ✓ Aufbau neuer Partnerschaften im Bereich der regenerativen Landwirtschaft

> **Biologische Vielfalt und Ökosysteme**

## 4 MIKROPLASTIK BEKÄMPFEN

0 % Polyester und Polyamid\* bis 2030



- ✓ Erfolgreiche Markteinführung der ersten BOSS Poloshirts aus rund 90% zirkulärem Zellulosegarn HeiQ AeonIQ
- ✓ Erste BOSS Outerwear-Produkte auf Basis von 100% AeonIQ Garn in der Herbst/Winter 2023 Kollektion
- ✓ Intensive Forschung und Erprobung von alternativen Materialien zu synthetischen Fasern

> **Kreislaufwirtschaft**

\* Das Erreichen dieses ehrgeizigen Ziels hängt weitgehend von der breiten Verfügbarkeit alternativer Rohstoffe ab.

## 5 „NETTO-NULL“ EMISSIONEN ERREICHEN

-50 % CO<sub>2</sub> Emissionen (Scope 1-3) bis 2030 (Basisjahr 2019)

- ✓ Im Rahmen unserer Dekarbonisierungs-Roadmap haben wir eine Treibhausgasbewertung durchgeführt, um weitere Maßnahmen zur Emissionsreduktion zu ermitteln. Ein besonderer Fokus der Bewertung lag auf der vorgelagerten Wertschöpfungskette.
- ✓ Konsequente Verringerung des Luftfrachtaufkommens, was 2023 zu einer Verringerung der transportbedingten CO<sub>2</sub> Emissionen von 22% im Vergleich zu 2022 führte.
- ✓ Wir haben an vier eigenen Produktionsstandorten neue Photovoltaikanlagen in Betrieb genommen und weiter in LED-Beleuchtung investiert.

> **Klimawandel**

**GESAMTE CO<sub>2</sub> EMISSIONEN IN 2023**

**-1%**

im Vergleich zu 2022

**+42%**

im Vergleich zu 2019

# INHALT

- 2 NACHHALTIGKEIT AUF EINEN BLICK**
- 5 VORWORT**
- 7 BERICHTSPROFIL**
- 8 UNTERNEHMENSPROFIL**
- 10 NACHHALTIGE VERÄNDERUNG VORANTREIBEN**
  - 11 Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit
  - 17 Wichtige Nachhaltigkeitsinitiativen
- 19 UMWELT**
- 42 SOZIALES**
- 63 UNTERNEHMENSFÜHRUNG**
- 74 ANHANG**
  - 75 Wesentlichkeitsanalyse
  - 77 ESG-Ziele und -Erfolge
  - 79 Nachhaltigkeitsdaten
  - 92 ESG-Ratings und -Rankings
  - 94 GRI-Inhaltsindex
  - 103 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit
  - 106 Liste der Abkürzungen
  - 108 Kontakte & rechtlicher Hinweis



## **DIGITALE VERSION UNSERES NACHHALTIGKEITSBERICHTS**

Highlights unseres Nachhaltigkeitsberichts erscheinen auch als Online-Version.

[nachhaltigkeitsbericht-2023.hugoboss.com](https://nachhaltigkeitsbericht-2023.hugoboss.com)

Es ist möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Nachhaltigkeitsbericht aufgrund von Rundungen nicht genau zur angegebenen Summe addieren. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichtet HUGO BOSS auf geschlechtsspezifische Formulierungen. Die gewählte männliche Form steht für alle Geschlechter.

# VORWORT



Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender

## Liebe Leserinnen und Leser,

HUGO BOSS blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2023 zurück. Dank der konsequenten Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie haben wir in sämtlichen Geschäftsbereichen große Fortschritte erzielt und die Relevanz unserer beiden Marken BOSS und HUGO weiter gestärkt. Unser Bekenntnis zu Nachhaltigkeit ist fest in „CLAIM 5“ verankert und integraler Bestandteil aller unserer strategischen Initiativen. Unsere klare Absicht besteht darin, einen positiven Beitrag für die Umwelt und die Gesellschaft zu leisten.

Als ein führendes Fashion- und Lifestyle-Unternehmen im globalen Premium-Bekleidungsmarkt sind wir uns unserer unternehmerischen Verantwortung bewusst. Aus diesem Grund haben wir 2023 unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie „For A Bold & Better Future“ eingeführt, mit dem Ziel, unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen auf ein neues Niveau zu heben. Damit wollen wir die größten Herausforderungen unserer Branche aktiv angehen: die Förderung von Kreislauffähigkeit, das Vorantreiben von Digitalisierung und Datenanalytik, die Nutzung von für die Natur positiven Materialien, die Bekämpfung von Mikroplastik und das Streben nach „Netto-Null“-Emissionen. Durch zahlreiche Initiativen und wichtige Maßnahmen entlang dieser fünf Säulen wollen wir zu einem Planeten beitragen, der frei von Abfall und Verschmutzung ist.

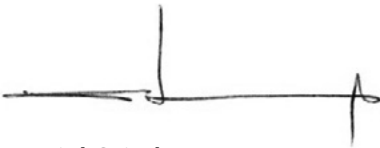
Der Klimawandel ist ohne Zweifel eine der größten Herausforderungen unserer Zeit, und werden uns dieser mit aller Entschlossenheit stellen. Wir haben uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, unsere Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis 2030 um mindestens 50 % zu reduzieren und bis 2050 „Netto-Null“ zu erreichen. Wir sind der festen Überzeugung, dass Nachhaltigkeit und Innovation Hand in Hand gehen müssen. In diesem Zusammenhang freue ich mich, dass wir 2023 die ersten BOSS Produkte aus HeiQ AeonIQ, dem weltweit ersten zirkulären Garn, erfolgreich auf den Markt gebracht haben. Beispiele wie dieses zeigen unser Engagement für mehr Nachhaltigkeit und verdeutlichen unsere starken Fortschritte auf unserem Weg dorthin.

Von entscheidender Bedeutung für die Umsetzung unserer zahlreichen Initiativen ist die hohe Motivation unserer Mitarbeitenden weltweit. Um Top-Talente zu gewinnen und zu halten, fördern wir eine vielfältige, inklusive Unternehmenskultur und bieten ein erstklassiges Arbeitsumfeld für unsere Teams. Auch von allen Beteiligten in unseren globalen Lieferketten erwarten wir höchste Standards, denn die Wahrung der Menschenrechte hat für HUGO BOSS weltweit oberste Priorität. Wir werden daher auch künftig äußerst eng mit unseren Lieferanten zusammenarbeiten, um die Einhaltung dieser wichtigen Standards sicherzustellen und die sozialen und ökologischen Auswirkungen der Tätigkeiten in unseren Lieferketten kontinuierlich zu verbessern.

Wir sind der festen Überzeugung, dass Nachhaltigkeit kein Widerspruch zu unserem Ziel ist, ein langfristig profitables Wachstum zu erreichen. Vielmehr betrachten wir sie als eine unverzichtbare Ergänzung, die zusätzliche Chancen schafft. Das Fundament unseres Unternehmens bleiben dabei unsere starken, diversen und hoch motivierten Teams. Ich danke allen Mitarbeitenden für ihr außerordentliches Engagement und ihren großen Einsatz für unser Unternehmen und unsere Marken BOSS und HUGO. Mein Dank gilt auch unseren engagierten Stakeholdern, die bei der Erreichung unserer ehrgeizigen Nachhaltigkeitsziele verlässliche Partner sind und die sich gemeinsam mit uns den Herausforderungen unserer Zeit stellen. Gemeinsam werden wir HUGO BOSS in eine erfolgreiche und nachhaltigere Zukunft führen.

Vielen Dank für Ihre anhaltende Unterstützung!

Ihr



**Daniel Grieder**  
Vorstandsvorsitzender

# BERICHTSPROFIL

Der vorliegende jährliche Nachhaltigkeitsbericht, den HUGO BOSS am 26. April 2024 veröffentlicht hat, richtet sich in erster Linie an Geschäftspartner, institutionelle Investoren, private Anleger, Kunden, Mitarbeiter und Nichtregierungsorganisationen sowie an weitere Stakeholder aus Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Der Bericht informiert umfassend über die Nachhaltigkeitsaktivitäten und -ziele unseres Unternehmens und wurde in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) 2021 erstellt. Seine Inhalte und ihre relative Gewichtung spiegeln die Ergebnisse unserer überarbeiteten Wesentlichkeitsanalyse aus dem Jahr 2022 wider, in der die tatsächlichen und potenziellen positiven und negativen Auswirkungen des Unternehmens auf Wirtschaft, Umwelt und Menschen entlang seiner Wertschöpfungskette ermittelt wurden. Wir haben die Analyse im Jahr 2023 überprüft, um sicherzustellen, dass sie weiterhin relevant und aktuell ist. Der Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2023, der Stichtag ist der 31. Dezember 2023. Der Bericht enthält weiterhin wesentliche Folgeaktivitäten bis zum Redaktionsschluss am 31. März 2024. Er wurde vom Vorstand von HUGO BOSS geprüft und freigegeben und ist in deutscher und englischer Sprache verfügbar.

Die quantitativen Angaben beziehen sich auf den gesamten HUGO BOSS Konzern. Wo immer es möglich war, wurden die Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators, KPIs) anhand von Ist-Daten berechnet. Wo dies nicht möglich war, wurden die KPIs von den unten aufgeführten Konzerngesellschaften abgeleitet und auf den Gesamtkonzern hochgerechnet. Diese Konzerngesellschaften beschäftigten zum Jahresende 2023 89% unserer gesamten Belegschaft. Die am häufigsten extrapolierten KPIs waren diejenigen, die sich auf die Themen Umweltschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz beziehen.

## EMEA (Europa, Naher Osten, Afrika)



HUGO BOSS AG  
HUGO BOSS (Schweiz) AG  
HUGO BOSS Benelux B.V. y CIA, SC  
HUGO BOSS Frankreich SAS  
HUGO BOSS Internationale Märkte AG  
HUGO BOSS Irland Ltd.  
HUGO BOSS Italia S.p.A.  
HUGO BOSS Portugal & Companhia  
HUGO BOSS Schuhe & Accessoires Italia S.p.A.  
HUGO BOSS Schuhe & Accessoires Poland Sp. z o.o.  
HUGO BOSS Textile Industry Ltd.  
HUGO BOSS Ticino S.A.  
HUGO BOSS UK Ltd.

## Amerika

HUGO BOSS Kanada, Inc.  
HUGO BOSS Fashions, Inc.  
HUGO BOSS México S.A. de C.V.  
HUGO BOSS Retail, Inc.

## Asien/Pazifik

HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.  
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.  
HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd.  
HUGO BOSS Hong Kong Ltd.  
HUGO BOSS Japan K.K.  
Lotus (Shenzhen) Commerce Ltd.  
HUGO BOSS (Macau) Company Ltd.

Die mit  oder  gekennzeichneten Abschnitte und Angaben des Berichts sowie die in grauer Schrift dargestellten Angaben wurden von der Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit auf der Grundlage des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised) geprüft. Daten, die in 2022 nach denselben Standards geprüft wurden, sind mit  markiert und/oder in **Camel** hervorgehoben.

# UNTERNEHMENSPROFIL

HUGO BOSS, mit Hauptsitz in Metzingen (Deutschland), ist ein führendes **globales Fashion- und Lifestyle-Unternehmen** im Premiumsegment, das ein umfassendes Angebot an hochwertiger Damen- und Herrenbekleidung, Schuhen und Accessoires bietet. Das Unternehmen verfolgt eine Portfoliostrategie, bestehend aus aktuell zwei weltweit bekannten Marken – **BOSS** und **HUGO**. Während sich beide Marken durch individuelle Attribute klar voneinander unterscheiden, eint sie derselbe hohe Anspruch an Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit sowie das Ziel, Konsumenten 24/7 und für jeden Anlass perfekt auszustatten. Unsere **Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** ist eng mit unserer Vision verknüpft, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein, und unserer Ambition, zu den 100 weltweit führenden Marken zu gehören.

## HUGO BOSS AUF EINEN BLICK



**4,2**  
Umsatz (Mrd. EUR)



**~22.000**  
Mitarbeiter<sup>1</sup>



**131**  
Länder

<sup>1</sup> Der hier berichtete Wert bezieht sich auf Headcounts zum 31. Dezember 2023. Der im Geschäftsbericht veröffentlichten Angabe (rund 19.000) liegt hingegen eine Zählweise in Vollzeitäquivalenten (Full-Time Equivalent, FTE) zugrunde.

Entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ sind die Leidenschaft und das Engagement unserer weltweit **rund 22.000 Mitarbeiter** (2022: rund 20.000). Im Geschäftsjahr 2023 erzielte HUGO BOSS einen **Rekordumsatz** von 4,2 Mrd. EUR (2022: 3,7 Mrd. EUR) und überschritt damit erstmals in seiner Geschichte die Marke von 4 Mrd. EUR.

Das Produktangebot von BOSS und HUGO wird in insgesamt **131 Ländern** vertrieben (2022: 132 Länder). Unsere Vertriebsaktivitäten gliedern sich dabei in **drei Absatzregionen**. Die Region EMEA, zu der Europa, der Nahe Osten und Afrika gehören, stellte 2023 mit einem Anteil von 61% (2022: 63%) die mit Abstand umsatzstärkste Region dar. Auf die Regionen Amerika und Asien/Pazifik entfielen 23% bzw. 14% des Konzernumsatzes (2022: 22% bzw. 13%), während die restlichen 2% im Lizenzgeschäft erwirtschaftet werden (2022: 3%).

Die **textile Lieferkette** von HUGO BOSS ist geprägt von komplexen Prozessen, die zu großen Teilen außerhalb der eigenen Unternehmensgrenzen ablaufen. Für eine exzellente Verarbeitungsqualität und die optimale Warenverfügbarkeit seiner Produkte arbeitet das Unternehmen daher mit einem stabilen Netz aus **erfahrenen und spezialisierten Zulieferbetrieben** zusammen. > [Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette](#)

Ausführlichere Informationen rund um das Unternehmen sind im Konzernprofil des Geschäftsberichts 2023 enthalten. > [Geschäftsbericht 2023, Konzernprofil](#)



Unsere Nachhaltigkeitsstrategie zielt darauf ab, einen wichtigen Beitrag zu einem Planeten ohne Abfall und Verschmutzung zu leisten. Gleichzeitig wollen wir die hohe Qualität und Langlebigkeit unserer Produkte beibehalten und gleichzeitig sicherstellen, dass sie jederzeit mit sozialer und ökologischer Verantwortung produziert werden. Unsere **ehregeizigen Nachhaltigkeitsziele** sind somit integraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit und fest in unserer „CLAIM 5“-Strategie verankert. Unsere 2023 **neu entwickelte Nachhaltigkeitsstrategie** sowie die zugrunde liegenden fünf strategischen Nachhaltigkeitssäulen bilden die Grundlage dieses Berichts und werden im entsprechenden Kapitel ausführlich erläutert. [> Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit](#)

# NACHHALTIGE VERÄNDERUNG VORANTREIBEN

## **11** UNSER ANSATZ ZUR NACHHALTIGKEIT

- 11** Nachhaltigkeitsstrategie
- 13** Organisationsstruktur und Zuständigkeiten
- 13** Eigene Geschäftstätigkeit
- 14** Risikomanagement
- 14** Nachhaltige Lieferkette
- 16** ESG-Ratings und -Rankings

## **17** WICHTIGE NACHHALTIGKEITS- INITIATIVEN

- 17** Alternative Materialien
- 17** Digital TWIN
- 18** Regenerative Landwirtschaft
- 18** Diversität, Gleichstellung und Inklusion

## Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit

HUGO BOSS ist sich bewusst, dass effektive Nachhaltigkeitsinitiativen entlang der gesamten Wertschöpfungskette unverzichtbar sind. Sie stellen nicht nur eine entscheidende unternehmerische Verantwortung dar, sondern sind auch essentiell, um Kunden zu begeistern und unsere Position als eine führende globale Premium-Modeplattform zu stärken. Während sich unser Geschäftsmodell ständig weiterentwickelt, setzen wir uns dafür ein, die **Umwelt zu schützen, soziale und gesellschaftliche Belange zu berücksichtigen** und eine **verantwortungsvolle Unternehmensführung zu praktizieren**.

Unsere **umfangreichen Maßnahmen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG)** zielen darauf ab, Mehrwert für unser Unternehmen, unsere Mitarbeiter, Aktionäre, Kunden, Geschäftspartner und die Gesellschaft als Ganzes zu schaffen. Indem wir Nachhaltigkeit in den Vordergrund stellen, sichern wir den langfristigen Erfolg von HUGO BOSS.

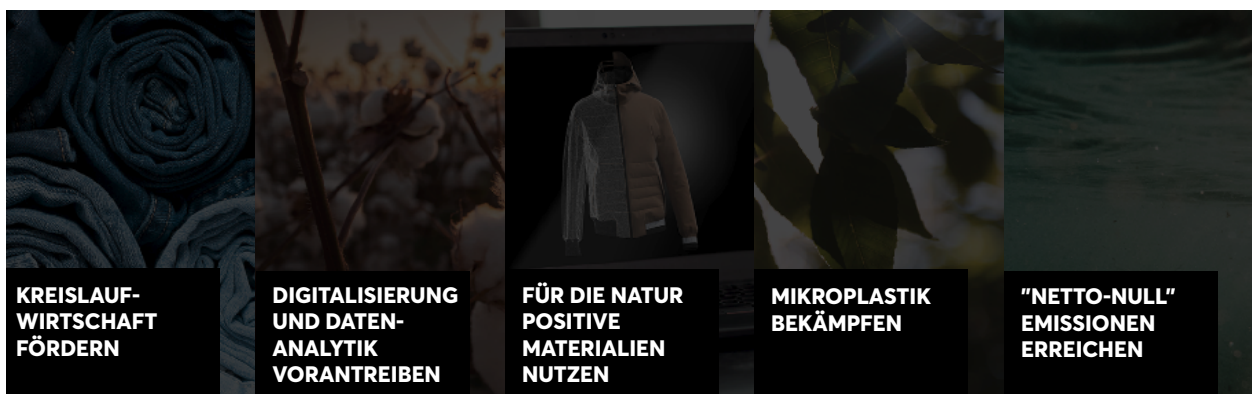
Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil unserer „CLAIM 5“-Strategie und dementsprechend umfassend in unsere Geschäftsaktivitäten integriert. Wir sind der festen Überzeugung, dass wir **„Sustainable Throughout“** sein müssen, und beziehen nachhaltige Praktiken folglich aktiv in alle Aspekte unserer Geschäftstätigkeit ein.

## Nachhaltigkeitsstrategie

HUGO BOSS engagiert sich für den Schutz unseres Planeten und die Sicherung einer lebenswerten Zukunft für künftige Generationen. Wir wollen einen bedeutenden Unterschied machen. Unsere Vision von Nachhaltigkeit ist ein **Planet ohne Abfall und Verschmutzung**. Diese Vision spiegelt sich in den fünf Säulen unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie „For A Bold & Better Future“ wider, die 2023 ins Leben gerufen wurde.

### NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

#### FÜR EINEN PLANETEN FREI VON ABFALL UND VERSCHMUTZUNG



**KREISLAUF-  
WIRTSCHAFT  
FÖRDERN**

**DIGITALISIERUNG  
UND DATEN-  
ANALYTIK  
VORANTREIBEN**

**FÜR DIE NATUR  
POSITIVE  
MATERIALIEN  
NUTZEN**

**MIKROPLASTIK  
BEKÄMPFEN**

**„NETTO-NULL“  
EMISSIONEN  
ERREICHEN**

#### EIN SOLIDES ESG-FUNDAMENT

## KREISLAUFWIRTSCHAFT FÖRDERN

### Ziel: 80 % kreislauffähige Bekleidungsprodukte bis 2030<sup>1</sup>

Die CIRCULAR-Modelle unserer Marken werden aus erneuerbaren oder recycelten Materialien hergestellt, sind recycelbar und auf Langlebigkeit ausgelegt.

## DIGITALISIERUNG UND DATENANALYTIK VORANTREIBEN

### Ziel: >90 % digital entwickelte Produkte bis 2025

Wir entwickeln unsere Produkte zunehmend digital und nutzen Smart Data, um Abfall zu vermeiden und Emissionen zu reduzieren.

## FÜR DIE NATUR POSITIVE MATERIALIEN NUTZEN

### Ziel: 100 % der natürlichen Materialien aus regenerativer Landwirtschaft oder Kreislaufwirtschaft bis 2030

Die Nutzung von Materialien aus regenerativer Landwirtschaft wird es uns ermöglichen, den Einsatz von Chemikalien zu reduzieren, die Bodenqualität zu verbessern, die Wasserqualität zu sichern und die Artenvielfalt zu schützen.

## MIKROPLASTIK BEKÄMPFEN

### Ziel: 0 % Polyester und Polyamid<sup>2</sup> bis 2030

Unser Ziel ist es, Polyester und Polyamid schrittweise zu ersetzen, indem wir innovative Alternativen nutzen.

## „NETTO-NULL“ EMISSIONEN ERREICHEN

### Ziel: -50 % CO<sub>2</sub> Emissionen bis 2030 (Basisjahr 2019)

Wir arbeiten systematisch an der kontinuierlichen Verringerung unserer eigenen Emissionen und unterstützen gleichzeitig unsere Zulieferer bei ihrer Dekarbonisierung.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie und ihre fünf strategischen Säulen beruhen auf einem **starken ESG-Fundament**, das tief in unserem Unternehmen verankert ist und uns bei allen unseren Geschäftsaktivitäten leitet. Wir beteiligen uns aktiv an zahlreichen Initiativen, die darauf abzielen, einen grüneren Planeten zu schaffen und gleichzeitig den sozialen und gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern. Neben Maßnahmen zum **Schutz der Umwelt, der Tiere und der Ökosysteme** sind für uns auch nachhaltige Produktionsprozesse von entscheidender Bedeutung. Daher legt HUGO BOSS großen Wert auf die **Sicherheit und das Wohlergehen der eigenen Mitarbeiter**, aber auch in gleichem Maße auf die der Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette. Dazu gehören vor allem die Einhaltung der internationalen Menschen- und Arbeitsrechte sowie faire Lohnpraktiken. Gleichzeitig ist HUGO BOSS davon überzeugt, dass eine **gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung** ein wesentlicher Faktor für den langfristigen Unternehmenserfolg ist. Um die internen Verhaltensrichtlinien zu stärken, hat HUGO BOSS in seinem Code of Conduct sowie in weiteren Konzernrichtlinien wichtige Verhaltensgrundsätze formuliert. Diese stellen die Rechtmäßigkeit aller Mitarbeiteraktivitäten sicher und umfassen Bereiche wie Wettbewerbsrecht, Interessenkonflikte, Datenschutz, faire Arbeitsbedingungen und Anti-Korruption. Zu diesen Vorschriften erhalten unsere Mitarbeiter regelmäßig entsprechende Trainings.

> **Unternehmensführung**

<sup>1</sup> Gemessen am Produktionsvolumen, Anzahl der Bekleidungsprodukte.

<sup>2</sup> Bei Stoffen und Futterstoffen; Das Erreichen dieses ehrgeizigen Ziels hängt in hohem Maße von der breiten Verfügbarkeit alternativer Rohstoffe ab.

## Organisationsstruktur und Zuständigkeiten

Nachhaltigkeit ist bei HUGO BOSS fest in der Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ verankert. Die Gesamtverantwortung für die nachhaltige Entwicklung des Konzerns liegt beim **Vorstand**. Die strategische Verantwortung ist dem Zentralbereich Konzernstrategie und Unternehmensentwicklung zugeordnet, der direkt an den Vorstandsvorsitzenden (CEO) berichtet. Die operative Verantwortung entlang der Lieferkette liegt bei Business Operations, während Investor Relations für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zuständig ist. Beide Bereiche berichten an den Chief Financial Officer (CFO)/Chief Operating Officer (COO). Ihm untersteht auch das zentrale **Sustainability Committee**, das sich aus Vertretern der wichtigsten mit Nachhaltigkeitsthemen befassten Unternehmensbereiche zusammensetzt und relevante Entscheidungsprozesse im Bereich Nachhaltigkeit vorantreibt. Es überwacht die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und dient als Dialogforum für aktuelle Entwicklungen und Best Practice-Austausch. Das Committee befasste sich im Jahr 2023 mit einer Vielzahl von Themen, darunter Klimaschutz, nachhaltige Materialien, Kreislaufwirtschaft, Nachhaltigkeitsberichterstattung und regulatorische Anforderungen.

Wir tauschen uns intensiv **mit unseren Stakeholdern** aus, die uns wichtige Impulse für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -maßnahmen liefern. Wir sind bestrebt, ihre Erwartungen bestmöglich zu berücksichtigen, mit ihnen einen offenen Dialog zu führen und gemeinsam Lösungen zu finden, die für beide Seiten zufriedenstellend sind. Eine wichtige Veranstaltung im Jahr 2023 war unser jährlicher **Stakeholder-Dialog**, den wir in unserer Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) durchführten. Die Einbindung von Stakeholdern ist für unser Geschäft von entscheidender Bedeutung und stellt gleichzeitig eine Chance dar, Mehrwert für HUGO BOSS und die Gesellschaft zu schaffen.

## Eigene Geschäftstätigkeit

HUGO BOSS hat sich verpflichtet, **Klima-, Umwelt- und Energiethemen im eigenen Unternehmen aktiv anzugehen** und nachhaltigere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Wir sind bestrebt, die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeiten, einschließlich unserer Verwaltungsgebäude, Produktionsstätten, Stores und Logistikzentren, zu reduzieren. Durch ein umfassendes Umweltmanagement streben wir unter anderem eine kontinuierliche Effizienzsteigerung an. > **Umweltorientierter Ansatz**

Wir bei HUGO BOSS sind überzeugt, dass die Leidenschaft und das Engagement unserer Mitarbeiter entscheidend für unseren langfristigen Erfolg sind. Wir schätzen ihren Einsatz und legen großen Wert auf ihre berufliche Weiterentwicklung. Auch ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden sind uns wichtig, um ein positives und integratives Arbeitsumfeld zu schaffen. Indem wir in unsere Mitarbeiter investieren, wollen wir die besten Talente gewinnen, an uns binden und so den Erfolg unseres Unternehmens fördern. Als internationales Unternehmen sind **Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion (Diversity, Equity and Inclusion, DE&I)** ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Bei HUGO BOSS wird allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld mit Chancengleichheit, fairer Entlohnung und einer integrativen Arbeitskultur garantiert. > **Eigene Belegschaft**

## Risikomanagement

Ein verantwortungsvoller Umgang mit Risiken ist ein wesentlicher Bestandteil guter Corporate Governance. Unser **Risikomanagement-System** ist umfassend und transparent. Es dient dazu, Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten, zu dokumentieren und gegebenenfalls Gegenmaßnahmen einzuleiten. Der Vorstand, der die **Gesamtverantwortung** für die Wirksamkeit des Systems trägt, hat das interne **Risk Management and Internal Control Team** mit der entsprechenden Umsetzung und kontinuierlichen Weiterentwicklung beauftragt. Darüber hinaus befasst sich der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats regelmäßig mit dem Risikomanagement und ausgewählten Themen.

Unser Risikomanagement umfasst sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Risiken, wie etwa Risiken in den Bereichen **Umwelt, Soziales und Unternehmensführung**. Für jedes Risiko wird eine Analyse der mittleren, besten und ungünstigsten **Szenarien** durchgeführt. Die Analyse erfolgt sowohl mit Blick von außen nach innen (finanzielle oder sonstige Auswirkungen eines Risikos auf HUGO BOSS) als auch von innen nach außen (Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf ein bestimmtes Thema wie Klimawandel oder Vielfalt). Risiken mit quantifizierbaren finanziellen Auswirkungen werden auf Konzernebene zusammengefasst und einem Stresstest mittels Monte-Carlo-Simulation unterzogen, um die Gesamtrisikotragfähigkeit des Unternehmens zu ermitteln. Über unseren Risikomanagementansatz und alle für HUGO BOSS wesentlichen Risiken berichten wir umfassend im **Risiko- und Chancenbericht**, der Teil unseres Geschäftsberichts ist. > [Geschäftsbericht 2023, Risikobericht](#)

Mögliche Risiken, die sich aus der jährlich aktualisierten Wesentlichkeitsanalyse ergeben, sind ein wesentlicher Bestandteil des Risikomanagements von HUGO BOSS. Im Fokus unserer Bewertung stehen insbesondere **Risiken in den Bereichen Klimawandel und Menschenrechte**. Darüber hinaus veröffentlicht HUGO BOSS einen Bericht zu den physischen und transitorischen Risiken infolge des Klimawandels, der sich an den Leitlinien der **Task Force on Climate Related Financial Disclosures (TCFD)** orientiert. > [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

## Nachhaltige Lieferkette

Als führendes Premiummode- und Lifestyleunternehmen ist HUGO BOSS weltweit tätig und verfügt über eine komplexe globale Lieferkette. **Nachhaltige Produktionsprozesse** sind für uns daher von entscheidender Bedeutung. Diese reichen von der **Rohstoffgewinnung** über die **Materialverarbeitung und Veredelung** bis hin zur **Fertigung des Endprodukts**. Die Umweltauswirkungen dieser Prozessschritte variieren, wobei insbesondere die der Rohstoffgewinnung und der Nassprozesse wie Färben oder Gerben signifikant sind. Risiken für Menschenrechte, Arbeitnehmerrechte sowie Gesundheit und Sicherheit sind grundsätzlich in allen Wertschöpfungsstufen möglich. Die entsprechenden Umwelt- und Sozialauswirkungen entziehen sich jedoch in den meisten Fällen unserer direkten Managementkontrolle. HUGO BOSS arbeitet daher eng mit seinen Partnern in der Lieferkette zusammen. Diese haben die direkte Kontrolle über die relevanten Prozesse und das Unternehmen ist darauf bedacht, die größtmögliche positive Wirkung zu erzielen. Für die Zukunft streben wir eine noch **größere Transparenz in den vorgelagerten Wertschöpfungsstufen** an, wozu unsere wichtige Digital TWIN Initiative einen bedeutenden Beitrag leisten wird.

## STUFEN DER LIEFERKETTE BEI HUGO BOSS



HUGO BOSS fordert auch von seinen Partnern, Nachhaltigkeitskriterien in der eigenen Lieferkette sehr ernst zu nehmen. Im Rahmen unseres systematischen Lieferkettenmanagements bewerten wir die Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferanten. Zu diesem Zweck klassifizieren wir unsere direkten Lieferanten entweder **als Fertigwarenlieferanten oder als Stoff- und Zutatenlieferanten**. Zu den Fertigwarenlieferanten zählen unsere eigenen Produktionsstätten, unsere Partner in der Lohnfertigung und die Hersteller von Handelswaren. Stoff- und Zutatenlieferanten beliefern uns und unsere Produktionspartner mit Oberstoffen, Garnen, Knöpfen und anderen Materialien.

Unsere verantwortungsbewusste Beschaffung wird durch unseren **HUGO BOSS Supplier Code of Conduct** unterstützt. Er definiert den Umgang mit wesentlichen sozialen und ökologischen Themen und bildet die Grundlage für die geschäftliche Zusammenarbeit entlang unserer gesamten Lieferkette. Der Kodex ist verbindlich und auf unserer Unternehmenswebsite öffentlich zugänglich. Jeder Lieferant muss den Kodex formell anerkennen, wobei dies in unseren Systemen dokumentiert wird. Der Kodex ist in 30 Sprachen verfügbar und deckt damit einen Großteil unserer Beschaffungsmärkte ab. Wir stellen auch eine vereinfachte, einseitige Version in 30 Sprachen zur Verfügung, die die Lieferanten in ihren Produktionsstätten aushängen können. Sie enthält einen QR-Code, der den Mitarbeitern der Lieferanten einen einfachen und direkten Zugang zu den Beschwerdemechanismen unseres Unternehmens ermöglicht. [> Verantwortungsvolle Geschäftspraktiken](#)

Darüber hinaus verpflichtet der Verhaltenskodex die Lieferanten zu kontinuierlichen Verbesserungen in Bereichen wie etwa Menschenrechte, Arbeitsnormen, Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen, Chemikalienmanagement und Abwasserentsorgung. Er legt zudem fest, dass **HUGO BOSS keine Form von Korruption oder unethischem Verhalten toleriert**. In Ländern, in denen die nationalen gesetzlichen Anforderungen unzureichend ausgeprägt sind, setzt der Kodex einen Mindeststandard. Im Kapitel „Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette“ wird näher beschrieben, wie wir sichere und faire Arbeitsbedingungen in der uns vorgelagerten Wertschöpfungskette fördern.

Darüber hinaus hat HUGO BOSS zahlreiche weitere, spezifischere Richtlinien im Bereich des Supply Chain Managements implementiert. Unsere **Umweltpolitik** definiert Standards und Anforderungen zu Themen wie Energie- und Wasserverbrauch, Treibhausgasemissionen und Abfallmanagement, während unsere **Richtlinie zum Thema Chemikalienmanagement** den Umgang mit Chemikalien in den Produktionsprozessen regelt.

[> Chemikalien und Schadstoffe](#)

## Supply Chain Sustainability Programm

Um Nachhaltigkeitsrisiken, die von Lieferanten ausgehen, systematisch zu managen, hat HUGO BOSS das **Supply Chain Sustainability (SCS) Programm** eingeführt. Das SCS-Programm gilt derzeit für alle Lieferanten, von denen wir direkt Fertigwaren oder Stoffe und Zutaten beziehen. Mittelfristig soll das Programm auf alle unsere direkten Lieferanten sowie auf ausgewählte Stoff- und Zutatenlieferanten ausgeweitet werden, die nicht uns, sondern unsere Fertigwarenlieferanten beliefern.

Unser **SCS-Programm besteht aus drei Modulen**, die alle auf den Bestimmungen unseres Supplier Code of Conduct basieren: **Social Compliance Management**, Environmental Management und Governance. Das Modul Social Compliance Management zielt darauf ab, einen verbindlichen Rahmen für faire Arbeitsbedingungen und Menschenrechte in unserer Lieferkette zu schaffen. Dazu gehört beispielsweise das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, die Einhaltung von Fair-Pay-Prinzipien und das Recht auf Vereinigungsfreiheit. Das **Environmental Management Modul** konzentriert sich vor allem auf Maßnahmen zur Begrenzung des Klimawandels, zum Schutz von Wasser und Boden sowie zur Vermeidung von Luftverschmutzung. Das **Governance Modul** beinhaltet Tools, die es unseren Lieferanten ermöglichen, im Einklang mit unserem Supplier Code of Conduct mehr Verantwortung für ihre Lieferkette zu übernehmen und gleichzeitig ihre eigenen ökologischen und sozialen Risiken in der Lieferkette zu reduzieren. Die Lieferanten im SCS-Programm werden auf Basis ihrer Produktionsprozesse, des Geschäftsvolumens und der länderspezifischen Risiken kategorisiert. Das Programm ermöglicht es uns, prozess- und länderspezifische Nachhaltigkeitsrisiken besser zu überwachen.

## ESG-Ratings und -Rankings

Unser starkes Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit wird regelmäßig durch eine Reihe von renommierten **ESG-Ratings und -Rankings** anerkannt und honoriert. Dies unterstreicht unser Bestreben nach hoher Transparenz und verantwortungsvollen Geschäftspraktiken sowie unsere kontinuierlichen Bemühungen, einen positiven Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft zu erzielen. Diese Bewertungen dienen als wichtige Leistungsindikatoren und geben uns Anhaltspunkte für die Identifizierung von Verbesserungsmöglichkeiten. Aufgrund unserer kontinuierlichen Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit und unserer anhaltend hohen Transparenz wurde HUGO BOSS zum siebten Mal in Folge in den renommierten **Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World** aufgenommen. Dieser Benchmark dient auch als Leistungsindikator für den **Long Term Incentive (LTI)** des Vorstands und der Führungskräfte der ersten beiden Managementebenen unterhalb des Vorstands. > [Geschäftsbericht 2023, Vergütungsbericht](#)

Im Jahr 2023 wurden wir zudem mit dem **Golden Planet Award** für die aktive Umsetzung bedeutender Nachhaltigkeitsmaßnahmen ausgezeichnet. Darüber hinaus erhielt HUGO BOSS den **ESG Transparency Award**, der unsere transparente und umfassende Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthemen würdigt. > [ESG-Ratings und -Rankings](#)



## Wichtige Nachhaltigkeitsinitiativen



### Alternative Materialien

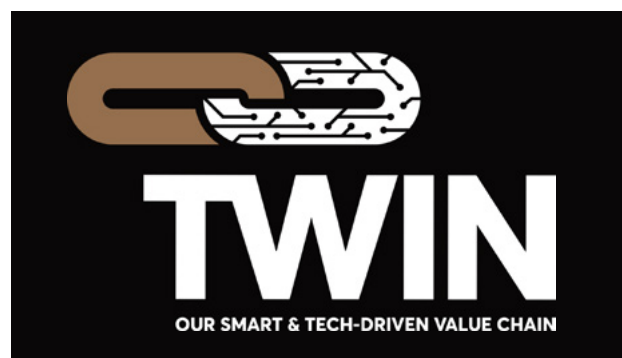
Bei HUGO BOSS legen wir Wert auf innovative Materialien, die nicht nur unseren hohen Qualitätsansprüchen genügen, sondern auch dazu beitragen, unsere Umweltauswirkungen zu reduzieren. Um unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen zur Bekämpfung von Mikroplastik und zur Förderung von Nullemissionen in Angriff zu nehmen, hat sich HUGO BOSS mit dem Schweizer Innovationsunternehmen HeiQ zusammengetan.

Gemeinsam entwickeln wir AeoniQ, ein Garn aus regenerativer Zellulose, das Polyester und Polyamid ersetzen kann. Unsere Marke BOSS hat 2023 die ersten zwei Poloshirts aus AeoniQ eingeführt. Darüber hinaus wurden bei der BOSS Herbst/Winter 2023 Fashion Show in Mailand drei Outerwear-Styles aus der THE CHANGE Initiative der Marke vorgestellt.

> **Kreislaufwirtschaft**

### Digital TWIN

Mit unserer wichtigen Digital TWIN Initiative schaffen wir eine intelligente, technologiegestützte Operations-Plattform, die unsere Wertschöpfungskette noch transparenter und effizienter machen soll. Durch den TWIN werden wir das enorme Potenzial von Daten nutzen, um unsere Geschäftsabläufe auf ein neues Level zu heben und die Rückverfolgbarkeit unserer Produkte von Anfang bis Ende zu verbessern. Der TWIN ermöglicht es uns, die Auswirkungen unserer Produkte besser zu verstehen und hilft uns, CO<sub>2</sub>-Emissionen und Abfall zu reduzieren. Unser TWIN ist eine wichtige Initiative unseres strategischen Claims „Organize for Growth“, die einen entscheidenden Beitrag zum künftigen Erfolg unseres Unternehmens leisten soll, indem sie Wachstum und Profitabilität unterstützt.



> **Geschäftsbericht 2023, HELLO Digital**



## Regenerative Landwirtschaft

Wir sind uns bewusst, dass HUGO BOSS eng mit funktionierenden Ökosystemen vernetzt ist, von den Rohstoffen unserer Produkte, bis hin zu den Auswirkungen, die wir auf die Umwelt haben. In Zukunft wollen wir daher das große Potenzial der regenerativen Landwirtschaft nutzen, indem wir einen starken Fokus auf die Beschaffung von Rohmaterialien legen, die nicht nur unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren, sondern auch zum Erhalt der Artenvielfalt beitragen. Wir sind uns dieser Verantwortung bewusst und arbeiten deshalb unter anderem eng mit Raddis zusammen, einer NGO, die sich für regenerative Landwirtschaft einsetzt. Im Jahr 2023 haben wir die BOSS x Raddis Kapselkollektion auf den Markt gebracht. Sie umfasst zeitlose Modelle von T-Shirts bis zu Trainingshosen in neutralen Farben, die vollständig aus Raddis-Baumwolle aus Südindien gefertigt werden.

> **Biologische Vielfalt und Ökosysteme**

## Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion

Wir bei HUGO BOSS sind der festen Überzeugung, dass die Leidenschaft und das Engagement unserer weltweiten Teams entscheidend für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens sind. Ein starkes Bekenntnis zur Mitarbeiter- und Teamentwicklung ist daher fest in unserer „CLAIM 5“-Strategie verankert. Als internationales Unternehmen sind Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion (Diversity, Equity und Inclusion, DE&I) grundlegende Elemente unserer Unternehmenskultur. Wir sind überzeugt, dass die Förderung von Vielfalt unsere Kreativität steigert, unsere Widerstandsfähigkeit stärkt und Innovationen fördert. Unser Engagement für DE&I wird durch unsere lebendige MIX & MATCH-Initiative verkörpert, die die Kombination einzigartiger Talente in unseren Teams fördert. Um DE&I in unserem Unternehmen zusätzlich zu stärken, haben wir verschiedene Initiativen ins Leben gerufen, darunter „Open Doors for Women“ in Izmir (Türkei) oder die Teilnahme an verschiedenen Aktivitäten im Rahmen des Pride Month.



> **Geschäftsbericht 2023, HELLO Teams**

# UMWELT

21  
KLIMAWANDEL

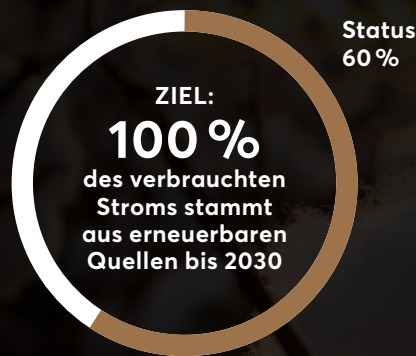
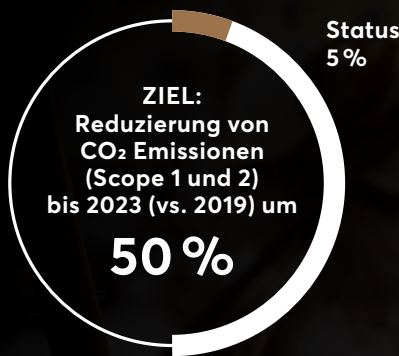
26  
UMWELT-  
VERSCHMUTZUNG

28  
WASSER

30  
BIOLOGISCHE VIELFALT  
UND ÖKOSYSTEME

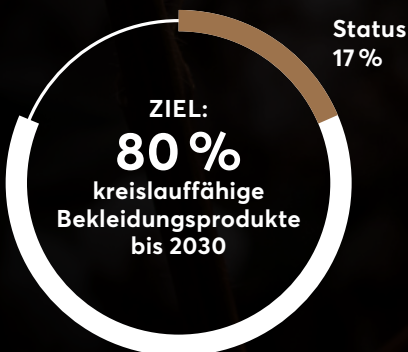
32  
KREISLAUFWIRTSCHAFT

## DEKARBONISIERUNG

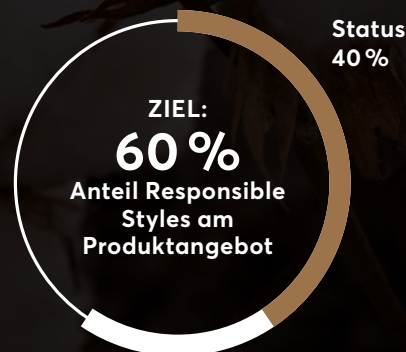


GESAMTE SCOPE 3  
EMISSIONEN  
**1.057.703 t**  
in 2023  
(2022: 1.063.612 t)

## CIRCULARITY



## RESPONSIBLE STYLES



## Umweltorientierter Ansatz

HUGO BOSS verfolgt einen **systematischen Ansatz in Bezug auf Klima-, Umwelt- und Energieaspekte**, um wirtschaftliche und ökologische Interessen in Einklang zu bringen und so seiner unternehmerischen Verantwortung gerecht zu werden. Wir sind bestrebt, die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit und unserer Lieferkette schrittweise zu reduzieren und haben uns ehrgeizige Ziele gesetzt, die wir kontinuierlich verfolgen. Unser **umfassendes Umweltmanagement** erstreckt sich auf unsere Verwaltungsstandorte, Produktionsanlagen, Einzelhandelsgeschäfte (deren Planung, Einrichtung und Betrieb) sowie die Logistik und ermöglicht uns eine kontinuierliche Effizienzsteigerung.

HUGO BOSS hat eine Richtlinie zur **Umweltpolitik** für seine eigenen Aktivitäten und seine Wertschöpfungskette festgelegt. Die Richtlinie, die auf unserer Unternehmenswebsite verfügbar ist, legt unsere Standards für verschiedene Umweltthemen fest, darunter Energie- und Wasserverbrauch, Treibhausgasemissionen und Abfallmanagement. Diese Anforderungen gelten für die Produktentwicklung, den Transport und die Logistik, die Planung und den Betrieb unserer Einzelhandelsgeschäfte sowie für unsere Lieferkette. Darüber hinaus enthält unsere **Logistikrichtlinie** detailliertere Informationen über unsere Anforderungen an Transportdienstleistungen und legt Umweltstandards fest, um die schrittweise Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen zu fördern. Die Richtlinie befasst sich auch mit sozialen Fragen, wie der Wahrung der Menschenrechte in Logistikprozessen. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Für den Vorstand von HUGO BOSS genießt der **Schutz der Umwelt** in den eigenen Betrieben und der Lieferkette hohe Priorität. Die Hauptverantwortung für beide Themen trägt der **Chief Financial Officer/Chief Operating Officer (CFO/COO)**. Das dem CFO/COO unterstellte Umweltmanagement-Team am Firmensitz in Metzingen (Deutschland) ist für den direkten Umweltschutz an den eigenen Standorten zuständig. Gemeinsam mit den Facility Managern unserer Tochtergesellschaften koordiniert es konzernweit Umwelt- und Energieprojekte auf Basis von Wirtschaftlichkeitsberechnungen. Das Sustainability Committee und weitere Gremien informieren den Vorstand und die Geschäftsleitung regelmäßig über die Fortschritte des Unternehmens bei der Erreichung der Umwelt- und Klimaziele. Die zentrale Abteilung Risikomanagement hat die Aufgabe, die mit Umwelt- und Klimafaktoren verbundenen Risiken abzuschätzen und zu bewerten. > [Geschäftsbericht 2023, Risikobericht](#)

HUGO BOSS unterhält **Umwelt- und Energiemanagementsysteme**, die nach **ISO 14001 und ISO 50001** zertifiziert sind. Diese Systeme werden in regelmäßigen Abständen von unabhängigen Zertifizierern rezertifiziert. Unsere drei Produktionsstandorte in Izmir (Türkei), Morrovalle (Italien) und Radom (Polen) sind dafür verantwortlich, dass ihre Umweltmanagementsysteme den Anforderungen der ISO 14001 entsprechen. Für die Energiemanagementsysteme an den europäischen Standorten, die gemäß ISO 50001 zertifiziert sind, ist das jeweilige Umweltmanagementteam in Metzingen zusammen mit den Energiemanagementverantwortlichen der jeweiligen Gesellschaften zuständig. Im Rahmen der Managementsysteme werden klare Ziele für **Umweltschutz und Energieeffizienz** sowie Aktionspläne zur Umsetzung definiert. Verbesserungspotenziale identifizieren wir vor allem auf zwei Wegen: durch die regelmäßige Erhebung und Analyse von Umweltdaten und durch die Durchführung von Energie- und Umweltaudits an unseren Standorten durch unsere zertifizierten internen Auditoren.

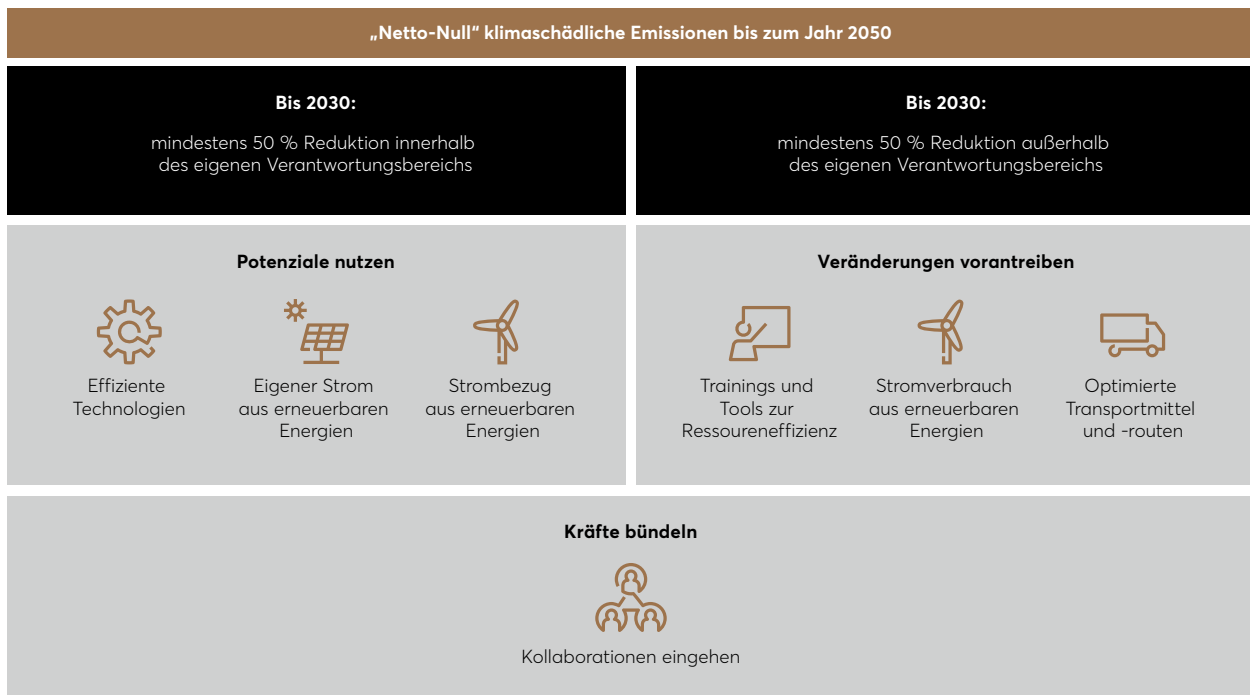
HUGO BOSS ist sich bewusst, dass die Beschaffung und Eigenerzeugung von Energie sowie die **Energieeffizienz** von Gebäuden eine entscheidende Rolle für die Umwelt- und Klimabilanz des Unternehmens spielen. Daher setzt das Unternehmen auf den Bezug von **Energie aus erneuerbaren Quellen**, wann immer dies möglich ist, und arbeitet konsequent an der Verbesserung der Energieeffizienz seiner Einrichtungen. Sowohl beim Bau neuer als auch bei der Renovierung bestehender Standorte setzt HUGO BOSS konsequent auf Energieversorgungssysteme

und energieeffiziente Technologien, die dazu beitragen, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu verringern. Bei der Modernisierung von Einzelhandelsgeschäften wird zudem geprüft, ob durch die Erneuerung der vorhandenen technischen Ausstattung die Energieeffizienz verbessert werden kann. Generell strebt HUGO BOSS **für alle neu errichteten Geschäftsimmobiliën eine Nachhaltigkeitszertifizierung an**. 2023 haben wir an unserem Hauptsitz in Metzingen, Deutschland, unsere eigene Kindertagesstätte eröffnet. Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) zeichnete HUGO BOSS für die Kindertagesstätte mit einem Platin-Zertifikat für deren nachhaltige Umsetzung aus. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Klimawandel

„Netto-Null“ Emissionen erreichen“ ist eine der wichtigsten Nachhaltigkeitssäulen von HUGO BOSS. Daher hat das Thema Klimaschutz für uns höchste Priorität. Im Jahr 2018 hat HUGO BOSS die **Fashion Industry Charter for Climate Action** unter der Schirmherrschaft des **Rahmenübereinkommens der Vereinten Nationen über Klimaänderungen (UNFCCC)** unterzeichnet. Die Charta verpflichtet die Unterzeichner dazu, **bis 2050 „Netto-Null“ Emissionen** zu erreichen. Dies gilt sowohl für unsere eigenen Emissionen als auch für die Emissionen unserer Wertschöpfungskette, die gemäß der Definition des Greenhouse Gas Protocol zu den Scopes 1, 2 und 3 gehören. Infolgedessen haben wir uns das Ziel gesetzt, **alle drei Emissionsbereiche** bis 2030 um **mindestens 50 %** im Vergleich zum Basisjahr 2019 zu reduzieren. Diese Zwischenziele stehen im Einklang mit den aktualisierten Anforderungen der Charta, die globale Erwärmung auf maximal 1,5° Celsius zu begrenzen. Die Charta verpflichtet HUGO BOSS und die anderen Unterzeichner, der UNFCCC einen Plan zur Emissionreduktion vorzulegen. Unser Plan beschreibt die konkreten Schritte, die wir bis 2030 unternehmen wollen, um unsere Klimaziele zu erreichen. > [Anhang, Ausgewählte Umweltdaten](#)

### SCHWERPUNKT DER KLIMAAKTIONEN BEI HUGO BOSS



Scope-1- und Scope-2-Emissionen bestehen aus direkten Emissionen, auf die wir Einfluss haben. Sie entstehen hauptsächlich durch den Verbrauch von Primärenergie durch unternehmenseigene Fahrzeuge und den Betrieb unserer Anlagen. Der größte Anteil unseres Stromverbrauchs entfällt auf Produktionsprozesse. Wir beabsichtigen, **unsere Scope 1- und 2-Emissionen zu reduzieren**, indem wir von fossilen Brennstoffen auf erneuerbare Energien umsteigen, mehr zertifizierten Ökostrom beziehen und die Energieeffizienz unserer Gebäude und Prozesse verbessern.

Scope-3-Emissionen sind Emissionen, die außerhalb unserer direkten Kontrolle liegen. Sie entstehen hauptsächlich durch vorgelagerte Aktivitäten wie Rohstoffgewinnung, Fertigungsprozesse und Transport. Scope-3-Emissionen machen etwa 97% der Emissionen aus, die den Geschäftsaktivitäten von HUGO BOSS zuzurechnen sind. Um unser Ziel der Emissionsreduktion insgesamt zu erreichen, ist es daher unerlässlich, dass wir in diesem Bereich deutliche Reduzierungen erzielen.

Wir streben dies an, indem wir eng mit unseren Lieferanten zusammenarbeiten, um sie in die Lage zu versetzen, ihren Betrieb zu dekarbonisieren. Wir konzentrieren uns dabei auf Lieferanten mit energieintensiven Prozessen wie Färben, Beschichten, Dämpfen, Bügeln und der Verwendung von Heißwasser. Im Rahmen seines Engagements für das **UNFCCC** hat HUGO BOSS gemeinsam mit anderen Bekleidungsunternehmen eine **Roadmap für eine klimaneutrale Modeindustrie** entwickelt. Die Roadmap beschreibt praktikable Maßnahmen, die Lieferanten ergreifen können, um ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren. Beispiele sind die Optimierung der Transportwege, die Reduzierung von Luftfracht, der Einsatz von erneuerbaren Energien in der Produktion, die Steigerung der Energieeffizienz und die Förderung regenerativer Landwirtschaft. Die Verwendung innovativer alternativer Garne kann einen bedeutenden Einfluss haben, indem sie fossil basierte synthetische Fasern wie Polyester ersetzen. Diese Substitution trägt zur Förderung der Nachhaltigkeit und zur Verringerung der Abhängigkeit von nicht erneuerbaren Ressourcen bei. > **Emissionen**

**SCOPE-3-EMISSIONEN  
ALS ANTEIL DER GESAMT-  
EMISSIONEN**  
IM JAHR 2023 **97%**



Unsere Bemühungen, Nullemissionen voranzutreiben, umfassen auch den Bereich Bildung. Ein wichtiges Beispiel ist das **Climate Action Training for the Fashion Industry**, ein kostenloses Online-Trainingsmodul, das von HUGO BOSS, anderen Modeunternehmen, der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und der UN Fashion Industry Charter for Climate Action entwickelt wurde. Ziel des Moduls ist es, das Bewusstsein der Branche für ihre Auswirkungen auf das Klima, ihre Verantwortung für die Verringerung der Treibhausgasemissionen und geeignete Maßnahmen zu schärfen. Das im Jahr 2021 veröffentlichte Trainingsmodul ist mittlerweile in acht Sprachen verfügbar.

## Emissionen

Im Jahr 2023 verursachte die Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS insgesamt 1.088.067 t Kohlenstoffemissionen in **Scope 1, 2 und 3**. Obwohl wir im Geschäftsjahr 2023 eine starke Geschäftsentwicklung und damit ein robustes Umsatzwachstum verzeichneten, gingen die Gesamtemissionen im Vergleich zum Vorjahr um 1% zurück.

### GESAMTE SCOPE-1-, -2- UND -3-EMISSIONEN<sup>1</sup> (IN T CO<sub>2</sub>)

	2023	2022	2021	Basisjahr: 2019
Scope-1-Emissionen	✓ 11.184	✓ 11.101	10.337	12.123
Scope-2-Emissionen	✓ 19.180	✓ 18.820	16.754	19.941
Scope-3-Emissionen	1.057.703	1.063.612	683.272	731.575
<b>Gesamte Emissionen</b>	<b>1.088.067</b>	<b>1.093.533</b>	<b>710.363</b>	<b>763.639</b>

<sup>1</sup> Die Treibhausgasemissionen werden auf der Grundlage des GHG-Protokolls berechnet. Aufgrund der Verbesserung der Datenqualität und entsprechender Korrekturen im Laufe des Jahres wurden die Vorjahreszahlen rückwirkend angepasst.

### SCOPE-1- UND SCOPE-2-EMISSIONEN<sup>1</sup> (IN T CO<sub>2</sub>)

	2023	2022	2021	Basisjahr: 2019
Scope 1	✓ 11.184	✓ 11.101	10.337	12.123
Firmenfahrzeuge	3.915	3.068	2.590	3.094
Direkter Energieverbrauch	7.269	8.033	7.747	9.029
<b>Gesamte Scope-1-Emissionen</b>	<b>11.184</b>	<b>11.101</b>	<b>10.337</b>	<b>12.123</b>
Scope 2 (marktbasierend) <sup>2</sup>				
Indirekter Energieverbrauch	19.180	18.820	16.754	19.941
<b>Gesamte Scope-2-Emissionen</b>	<b>19.180</b>	<b>18.820</b>	<b>16.754</b>	<b>19.941</b>
<b>Gesamte Scope-1- und -2-Emissionen</b>	<b>30.364</b>	<b>29.921</b>	<b>27.091</b>	<b>32.064</b>

<sup>1</sup> Die Treibhausgasemissionen werden auf der Grundlage des GHG-Protokolls berechnet. Für Scope-2-Emissionen wenden wir generell den marktbasierenden Ansatz an. Wir verwenden lieferantenspezifische Emissionsfaktoren für den zertifizierten Ökostrom, den wir beziehen, und länderspezifische Faktoren für alle anderen Stromarten. Die Emissionswerte sind aufgrund der besseren Datenverfügbarkeit und der daraus resultierenden Anpassungen nicht zwischen NFE und NHB vergleichbar. Aufgrund der Verbesserung der Datenqualität und entsprechender Korrekturen im Laufe des Jahres wurden die Vorjahreszahlen rückwirkend angepasst.

<sup>2</sup> Scope-2-Emissionen: indirekte Emissionen aus der Erzeugung von zugekaufter Energie. Standortbezogen: 38.848 t im Jahr 2023 (2022: 38.793 t).

Im Jahr 2023 verzeichnete HUGO BOSS 30.364 t an **Scope-1- und Scope-2-Emissionen** ✓. Dies entspricht einer Reduzierung um 5% im Vergleich zu unserem Basisjahr 2019. Diese Entwicklung spiegelt vor allem eine Reduzierung des konzernweiten Energieverbrauchs und eine Erhöhung des Anteils von Ökostrom im Vergleich zum Basisjahr wider. Wie bereits erwähnt, ist es unser Ziel, unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen im Vergleich zu 2019 um mindestens 50% zu reduzieren.

### REDUKTION DER THG-EMISSIONEN (SCOPE 1 UND 2)<sup>1</sup> (IN T CO<sub>2</sub>)

	2023	2022	2021	2020	Basisjahr: 2019
Gesamte Scope-1- und -2-Emissionen	✓ 30.364	✓ 29.921	27.091	27.496	32.064
Veränderung im Vergleich zum Basisjahr 2019 (in %)	-5	-7	-16	-14	

<sup>1</sup> Weitere Hinweise zur Methode der Emissionsberechnung finden sich in der oben stehenden Tabelle. Aufgrund der Verbesserung der Datenqualität und entsprechender Korrekturen im Laufe des Jahres wurden die Vorjahreszahlen rückwirkend angepasst.

HUGO BOSS wies im Jahr 2023 1.057.703 t **Scope-3-Emissionen aus**, was einem Rückgang von 1% gegenüber dem Vorjahr (2022: 1.063.612 t) und einem Anstieg von 45% gegenüber dem Basisjahr (2019: 731.575 t) entspricht. Letzteres spiegelt vor allem die starke Geschäftsentwicklung von HUGO BOSS in den letzten Geschäftsjahren wider, da der Großteil unserer CO<sub>2</sub> Emissionen beim Anbau und der Produktion von Textilfasern sowie bei energieintensiven Verarbeitungsschritten entsteht.

**SCOPE-3-EMISSIONEN (IN T CO<sub>2</sub>e)**

Scope 3 <sup>1</sup>	2023	2022	2021	Basisjahr: 2019
3.1 Gekaufte Waren und Dienstleistungen	940.320	931.590	594.274	645.516
3.3 Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten	✓ 8.185	7.555	7.585	8.138
3.4 Vorgelagerter Transport und Vertrieb <sup>2</sup>	✓ 67.878	86.698	50.933	38.868
3.5 Im Betrieb anfallende Abfälle	✓ 2.439	1.972	2.759	708
3.6 Geschäftsreisen	✓ 7.042	✓ 4.092	1.170	7.012
3.7 Pendeln von Arbeitnehmern	✓ 5.026	4.594	7.698	9.387
3.8 Vorgelagerte geleaste Vermögenswerte	✓ 3.306	3.821	3.996	5.809
3.12 End-of-Life-Behandlung verkaufter Produkte	23.508	23.290	14.857	16.138
<b>Gesamte Scope-3-Emissionen</b>	<b>1.057.703</b>	<b>1.063.612</b>	<b>683.272</b>	<b>731.575</b>

- 1** Die Berechnung der Scope-3-Emissionen basiert sowohl auf lieferantenbasierten als auch auf Durchschnittsdaten-Methoden. Für „gekauftete Waren und Dienstleistungen“ werden die Emissionen wie folgt berechnet: Die Emissionen aus der Rohstoffproduktion (Tier-4- und Tier-3-Lieferanten) umfassen die Emissionen aus der Umwandlung von Rohstoffen in Garne. Die Emissionen bei der Herstellung (Tier-1- und Tier-2-Lieferanten) umfassen die Prozesse zur Umwandlung von Garnen in Stoffe und Fertigwaren. „Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten“ beziehen sich auf Emissionen aus der Produktion von gekauften Brennstoffen und Energie, die nicht unter Scope 1 oder Scope 2 fallen. „Emissionen aus dem vorgelagerten Transport und Vertrieb“ werden anhand von Primärdaten für jede Versandart zu unseren Lagern und von den Lagern zu unseren Einzelhandelsgeschäften und unseren Großhandelspartnern berechnet. „Betriebsbedingte Abfälle“ umfassen Abfälle, die bei HUGO BOSS anfallen und von Drittanbietern entsorgt werden. „Die Emissionen des Geschäftsreiseverkehrs“ werden aus Flugdaten abgeleitet, die auf einem umfassenden Tracking basieren, während die Emissionen des Pendelverkehrs der Mitarbeiter anhand von Durchschnittsdaten und nationalen Statistiken geschätzt werden. „Die Emissionen der vorgelagerten gepachteten Anlagen“ umfassen die Emissionen der gepachteten Einzelhandelsflächen. Die Emissionen im Zusammenhang mit der „End-of-Life-Behandlung von verkauften Produkten“ werden mit der IMPACT 2022+ LCIA-Methode berechnet, da keine Primärdaten verfügbar sind. Die Emissionswerte sind aufgrund der besseren Datenverfügbarkeit und der daraus resultierenden Anpassungen nicht zwischen NFE und SR vergleichbar. Aufgrund der Verbesserung der Datenqualität und entsprechender Korrekturen im Laufe des Jahres wurden die Vorjahreszahlen rückwirkend angepasst.
- 2** Kombinierte Daten für den vorgelagerten Transport und den Vertrieb. Im Vergleich zum Vorjahr werden die unter 3.4 Vorgelagerter Transport und Vertrieb angefallenen Emissionen nun separat berichtet und beinhalten die Emissionen, die in 2022 unter 3.9 Nachgelagerter Transport und Distribution berichtet wurden.

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, seine **transportbedingten Treibhausgasemissionen** (Scope 3.4) schrittweise zu reduzieren, indem es so weit wie möglich auf Luftfracht verzichtet und verstärkt emissionsärmere Transportmittel einsetzt. Wir und unsere Logistikpartner erforschen auch alternative Kraftstoffe wie Biokraftstoffe. Infolge dieser Bemühungen sind unsere verkehrsbedingten THG-Emissionen im Jahr 2023 gegenüber dem Vorjahr um 22% gesunken, was uns unserem Ziel einer 50%igen Reduzierung bis 2030 näher bringt.

Der vorgelagerte Transport und die Verteilung machen den zweitgrößten Teil der Scope-3-Emissionen des Unternehmens aus. Die Verringerung dieser Emissionen ist daher eine wichtige Priorität. Wir und unsere Dienstleister konzentrieren uns daher auf die Einführung effizienter und damit **klimafreundlicherer Logistik- und Lieferkettenpraktiken**. Außerdem arbeiten wir eng mit unseren Partnern zusammen, um alle Transportströme zu analysieren und zu optimieren. Ein regelmäßiges Logistik-Reporting gibt den Verantwortlichen bei HUGO BOSS einen transparenten Überblick über die aktuellen Transportströme und die damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen des Unternehmens. Dies erleichtert die strategische Planung der Transportprozesse und damit auch die Emissionsreduktion.

Unsere **Logistikleitlinie**, die Teil unserer Umweltpolitik ist, dient als Kompass für die Planung und Durchführung unserer Transportprozesse. Wir sind bestrebt, so weit wie möglich hochwertige Logistikdienstleistungen und klimafreundliche Transportmethoden zu nutzen. Dazu gehört der intermodale Transport, also die Kombination von See- und Luftfracht sowie von Bahn und Lkw.



HUGO BOSS arbeitet daran, seine **regionalen Beschaffungsaktivitäten** enger an seine Absatzmärkte anzupassen. Dies bedeutet, dass wir in den kommenden Jahren den Anteil unserer Beschaffungsaktivitäten in der EMEA-Region weiter erhöhen werden, wovon wir uns eine spürbare Reduzierung unserer transportbedingten Emissionen versprechen. Im Jahr 2023 werden bereits 52% unserer Waren in der Region EMEA beschafft, was eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr darstellt (2022: 46%). > **Geschäftsbericht 2023, Beschaffung und Produktion**

## Energie

**Energieeffizienz und ein effektives Energiemanagement** spielen eine entscheidende Rolle beim Erreichen der Emissionsreduktionsziele. Durch die Optimierung des Energieverbrauchs und die Einführung effizienter Verfahren kann HUGO BOSS seinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck deutlich verringern und zu einer nachhaltigeren Zukunft beitragen.

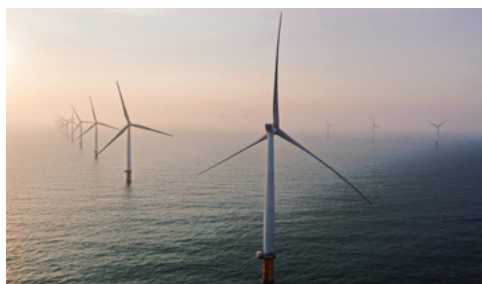
Unser Energiemanagement zielt darauf ab, den Energieverbrauch bei HUGO BOSS systematisch zu senken. Zu diesem Zweck werden die Verbrauchsdaten der technischen Anlagen an unseren eigenen Standorten kontinuierlich überwacht und der Energieverbrauch in unseren Einzelhandelsgeschäften quartalsweise berichtet. So können wir Abweichungen und Verbesserungspotenziale schnell erkennen. Besteht Handlungsbedarf, leitet das **zentrale Umweltmanagement** gemeinsam mit den jeweiligen Facility Managern wirksame Maßnahmen zur Verbrauchssenkung ein.

Unser Ansatz zur **Selbsterzeugung von erneuerbarer Energie** konzentriert sich im Allgemeinen auf die Installation von Solarzellen auf neuen Gebäuden, aber wenn möglich auch auf bestehenden Gebäuden. Im Jahr 2023 haben wir insgesamt vier neue Solaranlagen an unseren eigenen Produktionsstandorten in Izmir (Türkei), Morrovalle (Italien), Radom (Polen) und Coldrerio (Schweiz) installiert. Die eigene Kindertagesstätte am Hauptsitz in Metzingen (Deutschland) wird durch eine Photovoltaik-Thermie-Anlage mit Wärmepumpe versorgt. Insgesamt betrieb HUGO BOSS damit im Jahr 2023 **zehn Solaranlagen**, die 3.151 MWh Ökostrom erzeugten, 67% mehr als im Jahr 2022 (1.892 MWh).

Durch den verstärkten **Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien** arbeiten wir aktiv an der Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks. Unser Hauptsitz in Metzingen (Deutschland) wurde im Jahr 2023 zu 100% mit zertifiziertem Ökostrom versorgt. Auch die Büros und Produktionsstätten von HUGO BOSS in weiteren 16 Ländern bezogen im Jahr 2023 Ökostrom. Insgesamt 60%, d.h. 57.086 MWh unseres Stromverbrauchs im Jahr 2023, stammten aus erneuerbaren Energien. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, **bis 2030 auf 100% erneuerbaren Strom** umzusteigen. Im Jahr 2023 belief sich der Gesamtenergieverbrauch von HUGO BOSS auf 145.781 MWh.

# 60%

**STROM AUS  
ERNEUER-  
BAREN  
ENERGIEN  
IN 2023**



Der Energieverbrauch im Jahr 2023 stieg im Vergleich zum Vorjahr leicht an, vor allem aufgrund des robusten Geschäftswachstums des Unternehmens, das zu einem höheren Produktionsvolumen in unseren eigenen Produktionsstätten führte. Der Verbrauch bezogen auf die Fläche der Unternehmensgebäude (kWh pro m<sup>2</sup>) sank im Jahr 2023 um 4%. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, **den direkten und indirekten Energieverbrauch** bezogen auf die Fläche bis 2030 um 20% gegenüber dem Basisjahr 2019 zu **senken**.

**ENERGIEVERBRAUCH NACH ENERGIEQUELLEN<sup>1</sup> (MWh)**

	✓ 2023	✓ 2022	2021
<b>Firmenfahrzeuge<sup>2</sup></b>	<b>13.428</b>	<b>12.004</b>	<b>10.272</b>
Direkter Energieverbrauch			
Heizöl	972	1.397	1.745
Flüssiggas (LPG)	33	23	20
Erdgas	33.009	36.157	34.367
Solar	3.151	1.892	941
<b>Direkter Energieverbrauch insgesamt</b>	<b>37.165</b>	<b>39.469</b>	<b>37.073</b>
Indirekter Energieverbrauch			
Zertifizierter Ökostrom	53.934	51.014	46.102
Elektrizität	38.661	36.805	33.076
Andere Energiequellen (wie Fernwärme)	2.593	2.463	2.217
<b>Gesamter indirekter Energieverbrauch</b>	<b>95.188</b>	<b>90.282</b>	<b>81.395</b>
<b>Gesamtverbrauch an Energie</b>	<b>145.781</b>	<b>141.755</b>	<b>128.740</b>

1 Die Energiedaten für den Einzelhandel beruhen im Allgemeinen auf Datenabfragen in Einzelhandelsgeschäften und Verkaufsstellen. 53% der Einzelhandelsgeschäfte und Outlets, die in die Datenerhebung einbezogen sind, konnten den Energieverbrauch für Erdgas melden. 85% dieser Einzelhandelsgeschäfte und Outlets meldeten Daten zu Elektrizität und 48% konnten Daten zu Fernwärme melden. Hochrechnungen auf der Grundlage vorhandener Verbrauchsdaten wurden durch die Berechnung von Durchschnittswerten (kWh/m<sup>2</sup> x Öffnungszeit) für alle anderen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets durchgeführt.  
 2 Da in diesem Berichtsjahr erstmals die Energiewerte für Firmenfahrzeuge aufgenommen wurden, ist eine Vergleichbarkeit zu den Vorjahrestabellen nur eingeschränkt möglich.

HUGO BOSS hat im Jahr 2023 mehrere **Energieeffizienzprojekte** umgesetzt, wie zum Beispiel die Installation von LED-Beleuchtung in unseren Produktionsstätten in mehreren Ländern und in unserer Konzernzentrale. Insgesamt sparen diese Maßnahmen 655 MWh Strom pro Jahr ein.

Ein wichtiges Instrument zur Reduzierung des Energieverbrauchs an den eigenen Standorten ist das sogenannte **GREENBUDGET**: Jedes Jahr können alle HUGO BOSS Tochtergesellschaften Projekte beim GREENBUDGET Committee einreichen. Die Projekte werden nach wirtschaftlichen und ökologischen Gesichtspunkten priorisiert. Nach der Genehmigung können die Tochtergesellschaften das ihnen zugewiesene Budget direkt in die Umsetzung des jeweiligen Projekts einbringen.





## Umweltverschmutzung

### Chemikalien und Schadstoffe

Chemikalien werden in unserer Industrie hauptsächlich zur Herstellung von Stoffen, Leder und Garnituren sowie zum Waschen und Färben von Materialien verwendet. Die Einleitung dieser Chemikalien in das Abwasser kann die lokale und flussabwärts gelegene Wasserqualität beeinträchtigen, während ihr Auslaufen in den Boden negative Auswirkungen auf den Boden und das Grundwasser haben könnte. Wir verlangen von unseren Lieferanten einen verantwortungsvollen Umgang mit Chemikalien, um **Umweltschäden zu vermeiden**. Außerdem helfen wir ihnen, den Einsatz gefährlicher Stoffe zu reduzieren und auf ungefährliche Alternativen umzustellen. Ein wichtiger Aspekt dabei ist die Durchführung eines **effektiven Chemikalienmanagements**

entlang unserer Lieferkette. Bereits 2017 ist HUGO BOSS der **Initiative Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)** beigetreten. Das ZDHC-System ermöglicht es, das Chemikalienmanagement der Lieferanten standardisiert zu bewerten. Um das Chemikalienmanagement in unserer Lieferkette besser zu überwachen, haben wir das ZDHC-Rahmenwerk „Roadmap to Zero“ angepasst. HUGO BOSS fördert die branchenweite Interaktion und Zusammenarbeit mit Herstellern und Experten, um den Einsatz gefährlicher Chemikalien sowohl in der Bekleidungswertschöpfungskette als auch in Produkten zu vermeiden. Wir sind in der **Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM) Group** aktiv und nutzen deren Management- und Analyseinstrumente zur Bewertung unserer Wertschöpfungskette.

Im Jahr 2023 hat HUGO BOSS erneut den Status „Aspirational Level“ im ZDHC-Programm „Brands to Zero“ erreicht. Diese Auszeichnung wird an Unternehmen verliehen, die sich zum höchsten Niveau des Chemikalienmanagements in ihrer Wertschöpfungskette verpflichtet haben. Die ZDHC **Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)** definiert **Obergrenzen für kritische Prozesschemikalien** und ist ein wesentlicher Bestandteil der Verträge von HUGO BOSS mit seinen Lieferanten. Sie verpflichtet alle Lieferanten, einschließlich unserer eigenen Produktionsstätten, ihr Chemikalieninventar in Übereinstimmung mit der ZDHC MRSL zu überprüfen und die Verwendung gefährlicher Stoffe zu vermeiden oder zu begrenzen. Darüber hinaus verpflichten sich alle Lieferanten, mit denen HUGO BOSS in einer direkten Vertragsbeziehung steht, ihre Vorlieferanten ebenfalls zur Einhaltung der ZDHC MRSL zu verpflichten.

HUGO BOSS hat sich verpflichtet, bis 2030 sicherzustellen, dass alle Lieferanten, die Nassprozesse anwenden, gemäß der ZDHC MRSL produzieren. Von den Nassprozess-Produktionsanlagen der Lieferanten, deren Chemikalieninventar wir 2023 überprüft haben, erfüllten 27% unsere Kriterien (2022: 24%  ). Von allen **strategischen Fertigwarenlieferanten**, die Nassprozesse verwenden, wird erwartet, dass sie dies bereits bis 2025 tun. Der Anteil der Produktionsstätten strategischer Lieferanten, die Nassverfahren gemäß der ZDHC MRSL einsetzen, lag bei 44% (2022: 35%  ). Wir überprüfen und bewerten die Berichte der Lieferanten über das Chemikalieninventar anhand intern entwickelter Kriterien.

Im Rahmen des ZDHC-Frameworks sensibilisieren wir auch die Lieferanten für diese Themen, unterstützen und schulen sie bei der Etablierung ihres eigenen Chemikalienmanagements und ermöglichen ihnen den Zugang zur **ZDHC-Datenbank**. Letztere enthält umfassende Informationen über alternative Stoffe, die ökologisch und ökonomisch sinnvoll sind und deren Eigenschaften in der Anwendung mit denen konventioneller Stoffe vergleichbar sind.

HUGO BOSS fordert seine Lieferanten auf, die **Gesundheit und Sicherheit** aller an ihren Produktionsprozessen beteiligten Personen zu gewährleisten. Dies gilt insbesondere für den verantwortungsvollen Umgang mit Chemikalien. All dies trägt ebenfalls zum Schutz der Gesundheit und Sicherheit der Kunden bei, die unsere Produkte tragen und verwenden. Dazu gehört, dass wir von unseren Lieferanten verlangen, unsere regelmäßig aktualisierte **Restricted Substances List (RSL)** gegenzuzeichnen und unsere Beschränkungen für die in Produkten und Verpackungen enthaltenen Chemikalien konsequent einzuhalten. Unsere RSL übernimmt die Empfehlungen der AFIRM für Stoffe, Schwellenwerte und Testmethoden. In unserer **Richtlinie zum Chemikalienmanagement** sind unsere Grundsätze für einen verantwortungsvollen Umgang mit Chemikalien festgelegt. Diese Richtlinie kann auf unserer Unternehmenswebsite abgerufen werden. > [Restricted Substances List](#)  
> [Richtlinie Chemikalienmanagement](#)

Gleichzeitig nimmt HUGO BOSS die möglichen Umweltauswirkungen von Chemikalien in Produkten sehr ernst. Wir haben daher beschlossen, 2018 auf die **Verwendung von PFAS in Produktionsprozessen zu verzichten**. Inzwischen ist das Verbot ein integraler Bestandteil unserer RSL, die von allen Lieferanten einzuhalten ist. Wir verpflichten uns, in Zukunft weitere schädliche Stoffe und Materialien auszuschließen.

HUGO BOSS beauftragt akkreditierte Institute mit der Durchführung **umfangreicher Schadstofftests**, um die Einhaltung der Vorgaben zu überprüfen. Ziel ist es, die Herstellung und den Versand von Produkten zu verhindern, die nicht den Marktstandards entsprechen. Werden bei einer Prüfung Auffälligkeiten festgestellt, wird ein Eskalationsprozess eingeleitet, an dem alle relevanten Fachabteilungen beteiligt sind und der in schwerwiegenden Fällen auch eine Meldung an den Vorstand vorsieht. Im Jahr 2023 wurden 3.466 Materialien geprüft (2022: 3.472 ✓); davon wurden 0,7% als nicht konform eingestuft und daher nicht ausgeliefert (2022: 0,5% ✓).

## Wasser

HUGO BOSS hat sich verpflichtet, Maßnahmen für einen **verantwortungsvollen Umgang mit Wasser und Abwasser** in seinem direkten Verantwortungsbereich zu identifizieren und umzusetzen. Unser Hauptaugenmerk liegt auf der Reduzierung des Wasserverbrauchs an unseren eigenen Standorten, wo wir die größten Verbesserungen erzielen können.

Der konzernweite **Wasserverbrauch** ist im Jahr 2023 leicht um 1% gestiegen. Wie in den Vorjahren wurde der größte Teil des Wasserverbrauchs an unseren Standorten für Sanitäreinrichtungen verwendet. Der Anstieg ist hauptsächlich auf das Mitarbeiterwachstum weltweit im Jahr 2023 zurückzuführen.

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, **den Wasserverbrauch** bezogen auf den Konzernumsatz bis 2025 um 40% zu **reduzieren** (Basisjahr 2016). Im Jahr 2023 lag dieser Wert bei 36,4 m<sup>3</sup> pro Mio. EUR Umsatz und damit 46% niedriger als im Basisjahr 2016. Berücksichtigt wurde der Wasserverbrauch aus der externen Wasserversorgung (ohne eigene Erdwassertanks). Zu dieser Entwicklung hat insbesondere der starke Anstieg des Konzernumsatzes im Jahr 2023 beigetragen.



Wir steuern unseren Wasserverbrauch auch im Hinblick auf die **lokale Verfügbarkeit von Trinkwasser** und bemühen uns noch stärker, unseren Verbrauch in **wasserarmen Regionen** zu reduzieren. Unsere Produktionsstätten in solchen Regionen verbrauchten im Jahr 2023 94.143 m<sup>3</sup> Wasser (2022: 102.442 m<sup>3</sup>).

### WASSERVERBRAUCH NACH REGIONEN<sup>1</sup> (IN M<sup>3</sup>)

	✓ 2023	✓ 2022	2021
EMEA	160.297	161.281	138.191
Amerika	23.828	21.928	19.039
Asien/Pazifik	14.603	13.115	18.740
<b>Insgesamt</b>	<b>198.728</b>	<b>196.324</b>	<b>175.970</b>

<sup>1</sup> Die Wasserverbrauchsdaten für den Einzelhandel beruhen im Allgemeinen auf Datenabfragen in Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Wasserverbrauch sind Daten für 13% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets verfügbar. Für die verbleibenden Einzelhandelsgeschäfte und Outlets wurde ein Benchmark der Immobilien-Investment-Management-Gesellschaft aus dem Jahr 2013 herangezogen und ein Wert von 0,22 m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> für den Bekleidungseinzelhandel ermittelt.

Erdwassertanks verringern den Wasserstress, indem sie die Menge des **aus externen Quellen bezogenen Wassers** reduzieren. In unserer Produktionsstätte in Izmir (Türkei) haben wir solche Tanks bereits 2017 installiert. Im Jahr 2023 lieferten sie 26.636 m<sup>3</sup> Wasser für die Bewässerung von Grünflächen und für die sanitären Anlagen der Anlage, was etwa 33% des gesamten Wasserverbrauchs entspricht. Das restliche Frischwasser stammt aus externen Quellen.

## Abwasser

### Eigene Geschäftstätigkeit

HUGO BOSS leitete im Jahr 2023 insgesamt 152.365 m<sup>3</sup> Abwasser ein, fast ausschließlich in **kommunale Abwassersysteme**. Das waren rund 9% mehr als im Vorjahr. Das Wasser aus den sanitären Anlagen und der Mitarbeiterkantine unserer Produktionsstätte in Morrovalle, Italien, wird gereinigt und in einen Graben eingeleitet. Diese Methode wurde von den Aufsichtsbehörden genehmigt und wird durch jährliche Tests überprüft. Die Qualität des Wassers, das aus unseren Produktionsanlagen abgeleitet wird, muss nicht nur den geltenden Gesetzen und Vorschriften entsprechen, sondern auch die Anforderungen der ISO 14001-Zertifizierung erfüllen.

#### ABWASSEREINLEITUNG NACH QUELLEN<sup>1</sup> (KUBIKMETER)

	✓ 2023	✓ 2022	2021
Oberflächenwasser	1.333	1.220	1.035
Kommunale Abwasserentsorgung	151.032	138.045	129.618
<b>Insgesamt</b>	<b>152.365</b>	<b>139.265</b>	<b>130.653</b>

<sup>1</sup> Für alle erfassten Einzelhandelsgeschäfte und Outlets wird davon ausgegangen, dass der Wasserverbrauch dem Abwasseranfall entspricht.

### Lieferkette

In unserer Lieferkette, insbesondere bei Nassprozessen wie Gerben, Waschen und Färben, ist uns bewusst, dass das Abwassermanagement aufgrund seiner erheblichen Auswirkungen auf die Umwelt entscheidend ist. Die Lieferanten von HUGO BOSS, bei deren Nassprozessen Industrieabwässer anfallen, müssen die Anforderungen des Supply Chain Sustainability (SCS) Programms des Unternehmens erfüllen, einschließlich eines funktionierenden **Abwassermanagementsystems**. > [Supply Chain Sustainability Programm \(SCS\): Environmental Management Modul](#)

Im Rahmen der ZDHC-Initiative arbeitet HUGO BOSS gemeinsam mit seinen Lieferanten daran, die **Transparenz der Abwasserdaten** kontinuierlich zu erhöhen. Die Lieferanten können ihre Abwässer von ZDHC-zertifizierten Laboren untersuchen lassen und die Ergebnisse anderen Unternehmen in der ZDHC-Datenbank zur Verfügung stellen. Bis zum Jahr 2030 will HUGO BOSS sicherstellen, dass alle Lieferanten, die im Nassverfahren produzieren, die Vorgaben der ZDHC MRSL einhalten und die Ergebnisse der Abwassertests gemäß den ZDHC-Abwasserrichtlinien



zur Verfügung stellen. Alle strategischen Fertigwarenlieferanten mit Nassverfahren sollen dieses Ziel schon 2025 erreichen. Von den Nassprozess-Produktionsstätten der Lieferanten, deren Abwassertests wir im Jahr 2023 überprüft haben, erfüllten 26 % unsere Anforderungen (2022: 23 % ✓). Bei den Produktionsanlagen strategischer Fertigwarenlieferanten lag der Anteil bei 33 % (2022: 24 % ✓ ✓).

In unserer Wertschöpfungskette haben wir wasserbezogene Risiken in der Lederindustrie festgestellt. Einige Lederhersteller verwenden möglicherweise unsachgemäß Chemikalien oder entsorgen die Abwässer aus dem Gerbungsprozess nicht ordnungsgemäß. Diese Praktiken könnten die nahe gelegenen Wasserressourcen und die Biodiversität gefährden. Um diese Risiken zu minimieren, hat sich HUGO BOSS das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 100 % des Leders aus Gerbereien zu beziehen, die nach der **Leather Working Group (LWG)** oder vergleichbaren Standards zertifiziert sind. Zum Jahresende 2023 lag dieser Anteil bei 92 % (2022: 86 %).

## Biologische Vielfalt und Ökosysteme

### Strategie zur Erhaltung der biologischen Vielfalt

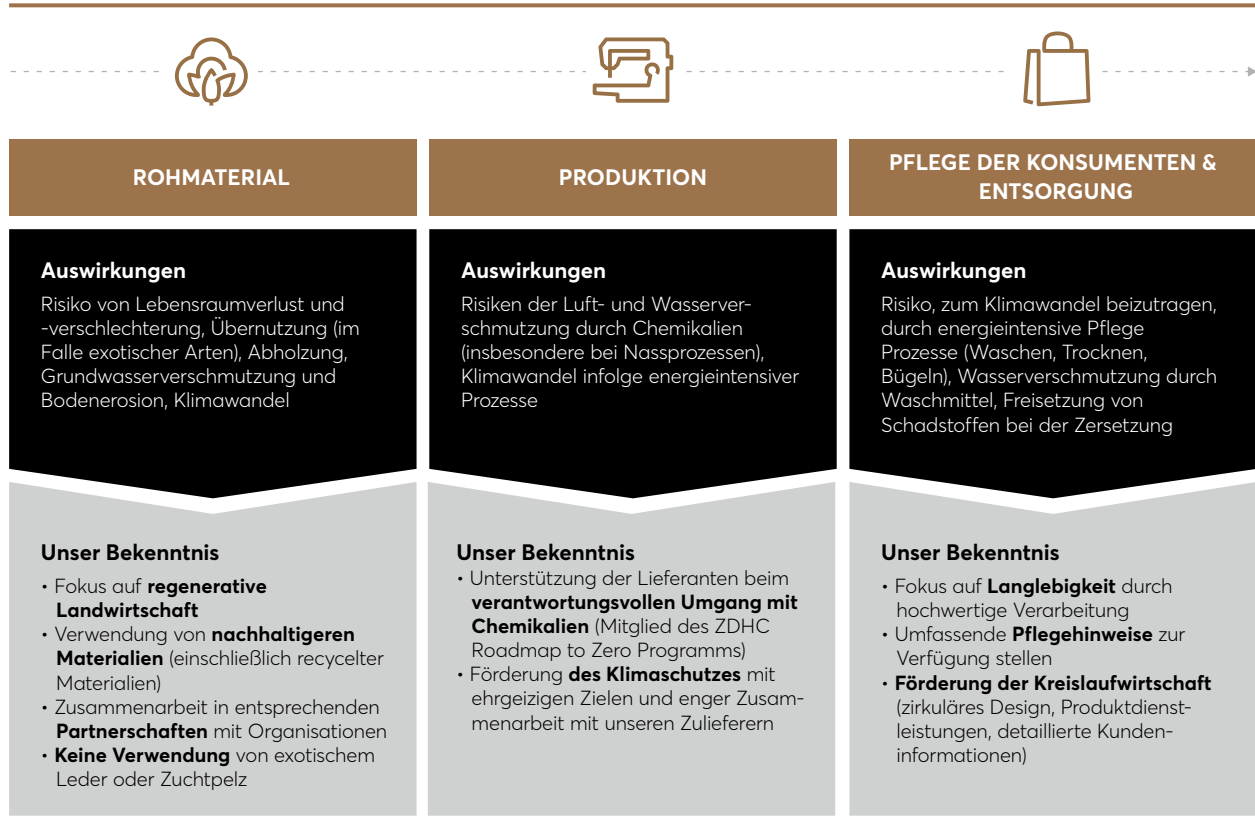
HUGO BOSS setzt sich für den **Schutz der Biodiversität** als Grundvoraussetzung für intakte Ökosysteme ein. Unsere Produkte bestehen hauptsächlich aus natürlichen Rohstoffen wie Baumwolle und Wolle, was unsere Abhängigkeit von der Biodiversität unterstreicht. Gleichzeitig hat unsere Geschäftstätigkeit, insbesondere die Rohstoffgewinnung und die Herstellung unserer Produkte, Auswirkungen auf die Ökosysteme, weshalb HUGO BOSS die Biodiversität zu einem Schwerpunkt des Nachhaltigkeitsmanagements gemacht hat. Daher sind „für die Natur positive Materialien nutzen“ sowie „Mikroplastik bekämpfen“ zwei unserer fünf zentralen Nachhaltigkeitssäulen. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

### Auswirkungen auf die biologische Vielfalt

Zur Durchführung einer eingehenden Studie über die Auswirkungen der Modeindustrie auf die Biodiversität hat das Unternehmen mit der International Union for Conservation of Nature (IUCN) zusammengearbeitet. In der Studie wurden fünf Hauptauswirkungen auf die Biodiversität ermittelt: 1) **Verlust und Verschlechterung von Lebensräumen**, d.h. die direkte Umwandlung, Veränderung oder Fragmentierung natürlicher Lebensräume. 2) **Übernutzung**, d.h. die Entnahme von Pflanzen, Wildtieren oder anderen Organismen in nicht nachhaltiger Weise. 3) **Verschmutzung**, bei der eine Substanz mit schädlichen oder toxischen Auswirkungen in die Umwelt eingebracht wird. 4) **Klimawandel**, der auf menschliche Aktivitäten zurückzuführen ist und zu Veränderungen der Interaktionen in den Ökosystemen sowie zu Verschiebungen und einem Rückgang der Artenvielfalt führt. 5) **Invasive Arten**, d.h. Pflanzen, Tiere oder andere Organismen, die in einem Ökosystem nicht heimisch sind und dessen Integrität und Funktion stören können.

Auf der Grundlage der Ergebnisse der Studie haben wir uns ehrgeizige **Ziele für den Schutz der biologischen Vielfalt** gesetzt und dabei die Hierarchie der Abschwächung zugrunde gelegt. Darüber hinaus haben wir auf jeder Stufe unserer Wertschöpfungskette Maßnahmen ergriffen, um die in der Studie ermittelten Auswirkungen anzugehen, so dass wir Fortschritte bei der Erreichung unserer Ziele machen können. HUGO BOSS ist sich bewusst, dass dies ein komplexes Thema ist, das nicht von einem einzelnen Unternehmen gelöst werden kann. Wir arbeiten daher eng mit unseren Lieferanten und Nichtregierungsorganisationen weltweit zusammen.

**AUSWIRKUNGEN AUF DIE BIOLOGISCHE VIelfALT UND ENTSPRECHENDE MASSNAHMEN ENTLANG UNSERER WERTSCHÖPFUNGSKETTE**



**Regenerative Landwirtschaft**

Viele Rohstoffe, die zur Herstellung von Kleidung verwendet werden – wie Baumwolle, Wolle und Leder – sind landwirtschaftliche Erzeugnisse. Die konventionelle und intensive Landwirtschaft hat jedoch negative Auswirkungen auf die Boden- und Grundwasserqualität, die Artenvielfalt und das globale Klima. Im Einklang mit unserer Nachhaltigkeitssäule „für die Natur positive Materialien nutzen“ setzen wir uns dafür ein, dass die von uns und unserer Lieferkette beschafften landwirtschaftlichen Produkte die Umwelt so wenig wie möglich belasten oder die Natur regenerieren können. Wir sind davon überzeugt, dass eine **regenerative Landwirtschaft ein wichtiger Hebel** ist, um unsere Verpflichtung zu erfüllen.



Regenerative Landwirtschaft bedeutet, dass bewährte Praktiken angewandt werden, um den Wasserverbrauch zu minimieren, synthetische Stoffe zugunsten natürlicher Resistenzen und Düngemittel zu vermeiden und somit **nachhaltiger zu sein als die konventionelle Landwirtschaft**. Das Ziel besteht nicht nur darin, die Bodendegradation und Entwaldung zu stoppen, sondern auch die Bodenqualität zu verbessern, die Biodiversität zu fördern und die Klimaresistenz zu stärken.

HUGO BOSS arbeitet mit Raddis zusammen, einer Nichtregierungsorganisation mit Sitz in Indien, die sich für eine regenerative Landwirtschaft und die Stärkung von Bäuerinnen einsetzt. Für die Frühjahr/Sommer-Kollektion 2023 lancierte BOSS eine Kapselkollektion mit T-Shirts, Sweatshirts und Trainingsanzügen, die vollständig aus Raddis-Baumwolle hergestellt wurden. Wir planen, unsere Partnerschaft mit Raddis bereits im Jahr 2024 fortzusetzen, und wir beabsichtigen, weitere Partnerschaften dieser Art einzugehen und unsere Lieferanten zu ermutigen, dies ebenfalls zu tun. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Erhaltung der Wälder



Wälder sind für Menschen, Tiere, Pflanzen und die Umwelt im Allgemeinen von großer Bedeutung, da sie zum Schutz des Wassers, des Klimas und der Artenvielfalt beitragen. Darüber hinaus sind sie eine **wichtige Quelle für Rohstoffe**. So bestehen unsere Verpackungen größtenteils aus Papier, und unsere Bekleidung enthält Fasern wie Viskose, Modal und Lyocell, die aus Holz gewonnen werden. HUGO BOSS unterstützt die Canopy Planet Foundation, eine gemeinnützige Organisation, die sich für den Erhalt alter und bedrohter Wälder einsetzt, um ihr die Erfüllung ihrer wichtigen Aufgabe zu ermöglichen. Generell tragen wir zur Bekämpfung der Entwaldung

bei, indem wir **Holzwerkstoffe so nachhaltig wie möglich beschaffen** und wann immer möglich **recycelte Materialien und nachhaltige Alternativlösungen verwenden**. Das **Engagement** von HUGO BOSS **für den Schutz der Wälder** durch unsere Papier-, Verpackungs- und Stoffauswahl beschreibt die Ziele und Maßnahmen des Unternehmens zur Förderung des Waldschutzes. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Kreislaufwirtschaft

### Circularity

Die Produkte von HUGO BOSS sind bekannt für ihre hochwertige Qualität und ihr langlebiges Design. Wir streben danach, die Langlebigkeit unserer Produkte weiter zu erhöhen, Materialkreisläufe schließen und verstärkt hochwertige recycelte und nachwachsende Materialien einzusetzen, ganz im Sinne unserer zentralen Nachhaltigkeitssäule „Kreislaufwirtschaft fördern“. Zirkuläre Produkte **schonen Ressourcen**. HUGO BOSS hat daher begonnen, das Recyclingpotenzial seiner Produkte zu erweitern und zirkuläre Geschäftsmodelle wie Reparatur und Wiederverkauf in ausgewählten Märkten einzuführen. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2030

**80 % seiner Bekleidungsprodukte kreislauffähig zu produzieren** (gemessen am Produktionsvolumen, Anzahl der Bekleidungsprodukte). Während im Jahr 2022 erstmals Teile unserer BOSS und HUGO Kollektionen direkt auf Basis der Circular Product Policy entwickelt und hergestellt wurden, wuchs der Anteil kreislauffähiger Produkte in den Kollektionen beider Marken auf insgesamt 17% im Jahr 2023 🎯. Unser Ziel ist es, diesen Anteil in den kommenden Jahren deutlich zu erhöhen.

**17%**  
**ANTEIL KREIS-  
LAUFFÄHIGER  
PRODUKTE**  
IN 2023



Mit Unterstützung von circular.fashion, einer Agentur, die auf digitale Lösungen für Kreislaufwirtschaft spezialisiert ist, bieten wir unseren Mitarbeitern in den Abteilungen Design, Produktentwicklung und Business Operations Schulungen zum Thema Kreislaufwirtschaft an. Im Jahr 2023 haben wir ein verpflichtendes eLearning-Modul zum Thema Kreislaufwirtschaft in unsere HUGO BOSS University Schulungsdatenbank aufgenommen. Gemeinsam mit circular.fashion hat HUGO BOSS außerdem eine **Circular Product Policy** entwickelt, die auf bestehenden und erweiterten Industriestandards basiert und wichtige Kriterien zur Sicherstellung der Kreislaufwirtschaft bereits in der Design- und Entwicklungsphase enthält. Die wichtigsten Elemente sind auf unserer Unternehmenswebsite veröffentlicht. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

#### BAUSTEINE DER CIRCULARITY-STRATEGIE VON HUGO BOSS



#### Kreislauffähige Produkte

Zirkuläre Produkte müssen bei HUGO BOSS drei Kriterien erfüllen: Sie müssen aus **erneuerbaren oder recycelten Rohstoffen bestehen, langlebig und recycelbar sein**. Anfang 2023 haben wir die ersten Produkte eingeführt, die alle drei Kriterien erfüllen. Im Jahr 2024 planen wir unser Angebot an Circular Styles zu erweitern.

#### Zirkuläre Geschäftsmodelle

Neben der Entwicklung und Herstellung von Circularity Produkten legt HUGO BOSS auch einen starken Fokus auf die Etablierung von **Kreislaufgeschäftsmodellen**. In diesem Zusammenhang bieten wir bereits heute in ausgewählten eigenen Stores in Deutschland einen **Repair & Rewear-Service** an, um die Lebensdauer von bereits verkauften Produkten zu verlängern. Darüber hinaus betreiben wir in Frankreich die **Online-Wiederverkaufsplattform „Pre-Loved“**, auf der Kunden gebrauchte BOSS- und HUGO-Produkte verkaufen und kaufen können.

## Kundeneinbindung

Unsere Kunden tragen durch schonende Reinigung und Pflege entscheidend zur Langlebigkeit unserer Produkte bei. Wir unterstützen sie bei der richtigen Pflege ihrer BOSS und HUGO Produkte mit Pflegehinweisen in unserem Online-Shop. Die Hinweise enthalten **Informationen zu Qualität, Tragekomfort, Produktpflege und Nachhaltigkeit**. Seit 2023 wird auf allen HUGO BOSS Standard-Pflegeetiketten auf die Bedeutung der richtigen Pflege für den Umweltschutz hingewiesen. Bestimmte Kleidungsstücke und Accessoires sowie Hauptprodukte, die vor der Umstellung hergestellt wurden, tragen diese Kennzeichnung nicht.



## Nachhaltigere Materialien und Produkte

HUGO BOSS hat sich verpflichtet, den Anteil an **Responsible Styles** in den Kollektionen kontinuierlich zu erhöhen. Gemäß unserer Responsible Product Policy müssen Responsible Styles zu **mindestens 60 % aus nachhaltigen Rohstoffen** bestehen und bei der Produktion strenge Umwelt- und Sozialstandards einhalten. Ein Beispiel für einen Responsible Style ist die limitierte BOSS Kapselkollektion für Frühjahr/Sommer 2023, die vollständig aus Raddis-Baumwolle besteht und ausführlich im Kapitel „Regenerative Landwirtschaft“ beschrieben wird. Ein weiteres Beispiel sind die Produkte der BOSS Frühjahr/Sommer-Kollektion 2023, die in Zusammenarbeit mit Zetaterra entwickelt wurden und mit natürlichen, energiesparenden Färbeverfahren hergestellt werden.

HUGO BOSS strebt an, dass **Responsible Styles bis 2025 mehr als 60 % des Produktportfolios** ausmachen. Im Jahr 2023 lag Anteil bei 40 % liegen, was eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr entspricht (2022: 35 %).

**40 %**  
**ANTEIL  
RESPONSIBLE  
STYLES AM  
PRODUKT-  
ANGEBOT  
IN 2023**

## MERKMALE VON RESPONSIBLE STYLES



Darüber hinaus hat HUGO BOSS einen etablierten Prozess zur **Wiederverwendung von Restmaterialien** aus vergangenen Kollektionen für neue Produktentwicklungen. Zusätzlich testen wir den Einsatz von Restmaterialien in non-fashion Produkten wie Kleiderbügeln aus Textilfasern, um Textilabfälle zu reduzieren und Ressourcen zu schonen.

### Verantwortungsvolle Materialien

HUGO BOSS Produkte bestehen stets aus Materialien, die den **strengen Qualitätskriterien** des Unternehmens entsprechen. Diese umfassen auch soziale und ökologische Aspekte. Von besonderer Bedeutung sind dabei unsere zentralen Nachhaltigkeitssäulen „für die Natur positive Materialien nutzen“, „Mikroplastik bekämpfen“ und „Netto-Null“ Emissionen erreichen“. Auch im Jahr 2023 war Baumwolle mit einem Anteil von 53% an der Gesamtzusammensetzung unserer Produkte das am häufigsten verwendete Material (2022: 59%).

VERWENDETE MATERIALIEN

	2023		2022	
	Tonnen	In % der Gesamtmenge	Tonnen	In % der Gesamtmenge
Baumwolle	✓ 13.267	✓ 53	✓ 15.261	✓ 59
Synthetische Fasern	5.550	22	4.663	18
Wolle	2.084	8	1.924	7
Künstliche Zellulosefasern	1.165	5	886	3
Leder	1.108	4	1.142	4
Gummi	801	3	962	4
Polyurethan	467	2	448	2
Polyvinylchlorid	144	1	280	1
Leinen	168	1	155	1
Andere	208	1	162	1
<b>Insgesamt</b>	<b>24.962</b>	<b>100</b>	<b>25.883</b>	<b>100</b>

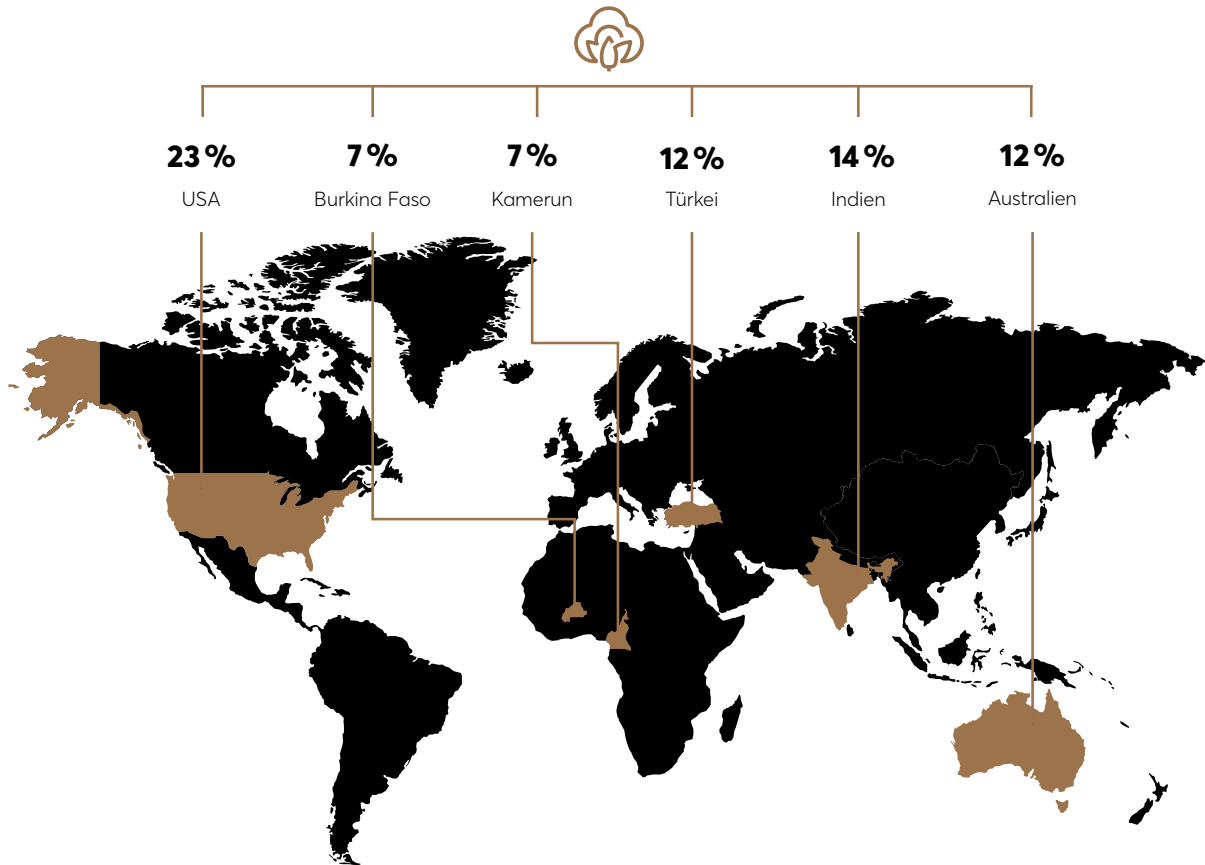
Fasern auf Pflanzenbasis

Fasern auf pflanzlicher Basis wie Baumwolle, Leinen und Hanf haben im Vergleich zu synthetischen Fasern wie Polyester oder Polyamid geringere Umweltauswirkungen und einen niedrigeren Kohlenstoff-Fußabdruck. Darüber hinaus werden bei der Herstellung und Verarbeitung von Pflanzenfasern zwar Ressourcen verbraucht, diese Fasern werden jedoch aus **nachwachsenden Rohstoffen** gewonnen und nicht aus endlichen fossilen Brennstoffen, deren Gewinnung und Verarbeitung energie- und kohlenstoffintensiv ist. Der Einsatz von Pflanzenfasern, insbesondere aus nachwachsenden Rohstoffen, ist daher ein zentraler Bestandteil des Engagements von HUGO BOSS für nachhaltige Produkte.

HUGO BOSS ist bestrebt, die Umweltauswirkungen des Baumwollanbaus kontinuierlich zu reduzieren und hat sich daher konkrete Ziele für die **Beschaffung von Baumwolle gesetzt**. Im Einklang mit unserem Cotton & Other Plant-Based Fiber Commitment streben wir an, **bis 2025 100 % unserer eingekauften Baumwolle aus nachhaltigeren Quellen zu beziehen**. Im Jahr 2023 erreichte der Anteil der Baumwolle aus nachhaltigeren Quellen bereits 98 % (2022: 93 %), sodass wir unserem Ziel bereits sehr nahe sind. > **Biologische Vielfalt und Ökosysteme**

HUGO BOSS bezieht Baumwolle aus verschiedenen Ländern, die beiden Hauptbezugsländer sind USA und Indien. > **Anhang, Ausgewählte Umweltdaten**

DIE FÜNF WICHTIGSTEN BAUMWOLLANBAULÄNDER IM JAHR 2023<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 25% Andere Anbauländer

**Innovative Zellulosefasern**

Zellulosefasern wie Lyocell, Modal und Viskose sind nachwachsende Rohstoffe, die aus Zellstoff gewonnen und in industriellen Prozessen hergestellt werden. Die Herstellung von Zellulose und deren Weiterverarbeitung zu Fasern muss so erfolgen, dass die **Umwelt möglichst wenig belastet** wird, da der Prozess sowohl energie- als auch chemikalienintensiv ist. Aus diesem Grund ist HUGO BOSS eine Partnerschaft mit der gemeinnützigen Umweltorganisation Canopy eingegangen. Seitdem arbeitet HUGO BOSS ausschließlich mit Viskoselieferanten zusammen, die nach Angaben der Organisation keine Materialien aus alten und gefährdeten Wäldern vermarkten und zudem die Anforderungen des Unternehmens an das Chemikalienmanagement erfüllen. Darüber hinaus verwendet HUGO BOSS die nachhaltigeren Tencel Refibra Fasern von Lenzing, Fasern, die gemäß den Canopy Style Verpflichtungen aus Zellulose gewonnen werden, sowie Baumwollreste, die in einem innovativen Kreislaufsystem verarbeitet werden.

## Synthetische Fasern

Synthetische Fasern haben während ihres gesamten Lebenszyklus eine Reihe von negativen Auswirkungen. Sie werden hauptsächlich aus endlichen fossilen Rohstoffen hergestellt, deren Abbau die umliegenden Ökosysteme und Wasserressourcen schädigt. Außerdem werden sie häufig in energie- und chemieintensiven Prozessen hergestellt. Gleichzeitig wird beim Waschen von synthetischer Kleidung **Mikroplastik** freigesetzt, das fast vollständig biologisch nicht abbaubar ist, sich mit Umweltgiften und gefährlichen Mikroorganismen verbindet und die Wasserverschmutzung deutlich verschärft.



HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, den Einsatz nicht nachwachsender synthetischer Fasern konsequent zu reduzieren und gleichzeitig deren Auswirkungen auf die Umwelt zu begrenzen, um die zentralen Nachhaltigkeitsziele „für die Natur positive Materialien nutzen“ und „Mikroplastik bekämpfen“ zu erreichen. **Bis 2030 wollen wir Polyester und Polyamid, auch in Fasermischungen, aus all unseren Textilien verbannen<sup>1</sup>. Unsere strategische Partnerschaft mit HeiQ AeoniQ**, die wir 2022

eingegangen sind, wird uns dabei helfen, dieses Ziel zu erreichen. Im Rahmen dieser Partnerschaft entwickeln und produzieren wir gemeinsam das innovative Filamentgarn AeoniQ, dessen Eigenschaften denen von Polyester- und Polyamidfasern ähneln, das aber aus nachwachsender Zellulose hergestellt wird. Das macht es zu einer nachhaltigen und recycelbaren Alternative zu synthetischen Fasern. Im Jahr 2023 hat BOSS erfolgreich seine ersten beiden Poloshirts aus fast 90 % AeoniQ auf den Markt gebracht und gleichzeitig drei entsprechende Outerwear-Modelle auf der Herbst/Winter 2023 Fashion Show in Mailand vorgestellt. In Zukunft werden wir diese Partnerschaft weiter ausbauen, indem wir den Einsatz von AeoniQ-Garn in den Kollektionen unserer Marken sukzessive erhöhen.

## Nachhaltigere Verpackungen

Verpackungen werden auf verschiedenen Stufen der betrieblichen Wertschöpfungskette eingesetzt. **Transportverpackungen** (Kartons, Kleiderhüllen) schützen die Produkte während Transport, Distribution und Lagerung und helfen bei der Bündelung von Transport- und Bestelleinheiten. **Produktverpackungen** (Schuhkartons, Polybeutel, Hangtags) ermöglichen ein optimales individuelles Handling bei der Lagerung und Präsentation im Handel und vermitteln dem Kunden Produktinformationen. Schließlich werden **Serviceverpackungen** (Tragetaschen, Geschenkverpackungen) für spezielle Anwendungen und **E-Commerce-Verpackungen** (Versandkartons) für den Versand an den Endverbraucher eingesetzt.

Die Produktverpackungen unseres Unternehmens bestehen hauptsächlich aus Papier und Kunststoff. Wir verwenden keine Metalle mehr und nur wenige natürliche Materialien wie Baumwolle. Im Jahr 2023 bestanden 85 % unserer Produktverpackungen aus **erneuerbaren Materialien** (2022: 86 %).

**85 %**  
**PRODUKT-  
VERPACKUN-  
GEN AUS ER-  
NEUERBAREN  
MATERIALIEN**  
IN 2023

<sup>1</sup> Das Erreichen dieses ehrgeizigen Ziels hängt weitgehend von der breiten Verfügbarkeit alternativer Rohstoffe ab.

HUGO BOSS verwendet fast ausschließlich **zertifizierte Papier- und Kartonverpackungen**. Wo immer möglich, setzen wir Recyclingmaterial ein, zum Beispiel bei Tragetaschen und Schuhkartons. Auf laminiertes Papier haben wir konsequent verzichtet, um die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen zu verbessern. Unser Ziel ist es, dass bis 2025 100 % unseres Verpackungspapiers aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen stammen oder aus recyceltem Material hergestellt sind. Im Jahr 2023 waren 93 % unserer Transport-, Produkt- und Verkaufsverpackungen zertifiziert (2022: 90 %) und bestanden zu 70 % aus Recyclingmaterial (2022: 69 %). Alle neu beschafften Kartonagen für den Versand aus unseren zentralen Distributionszentren in Deutschland sind zertifiziert. Sie bestanden im Jahr 2023 durchschnittlich zu 77 % aus recyceltem Material (2022: 77 %). HUGO BOSS hält auch seine Lieferanten dazu an, nachhaltig produzierte Kartonagen zu verwenden.

Im Jahr 2021 hat HUGO BOSS die **Pack4Good Initiative** der Canopy Planet Foundation unterzeichnet. Damit verpflichten wir uns sicherzustellen, dass unsere Verpackungen keine Materialien aus alten, gefährdeten oder gerodeten Wäldern enthalten. Im Jahr 2023 hat HUGO BOSS eine Unterstützungserklärung mit Canopy unterzeichnet, in der das Engagement für den Kauf von Verpackungsprodukten der nächsten Generation aus landwirtschaftlichen Abfällen bekundet wird.

HUGO BOSS verbrauchte im Jahr 2023 insgesamt 1.804 t **Kunststoffverpackungen** (2022: 1.548 t). Im Jahr 2023 bestanden 48 % unserer Kunststoffverpackungen aus recycelten oder anderen nachhaltig beschafften Materialien (2022: 47 %). So bestanden zum Beispiel die für Transportverpackungen verwendeten Polybeutel und Kleiderhüllen zu 39 % aus recyceltem Material (2022: 38 %). Im Jahr 2021 starteten wir ein Pilotprojekt, um einzelne Produkte in FSC-zertifizierte Papiertüten statt in Polybeutel zu verpacken (HUGO BOSS FSC-Lizenznummer FSC N002527). Im Jahr 2023 wurden fast vier Millionen Papiertüten verwendet.

Darüber hinaus ist HUGO BOSS bestrebt, den Anteil an **Recyclingmaterial** bei Verpackungen zu erhöhen. Im Jahr 2023 wurden 1.003 t Kartonagen für den Versand von Fertigwaren aus unseren zentralen Distributionszentren in Deutschland wiederverwendet (2022: 1.294 t). Das entspricht 47 % aller versendeten Waren (2022: 49 %). Ebenso haben wir gebrauchte Kleiderbügel aus unseren Filialen in Deutschland und Österreich wiederverwendet oder zu neuen Kleiderbügeln recycelt.

Die **systematische Optimierung von Verpackungen** zur Ressourcenschonung und zum Schutz der Umwelt geht bei HUGO BOSS über einzelne Materialien hinaus. So haben wir beispielsweise im Jahr 2023 die Materialeigenschaften und die Qualität unserer Papiertragetaschen verbessert und damit deren Lebensdauer verlängert. Darüber hinaus optimieren wir die Konfiguration der Verpackungen, um Platzverluste zu minimieren und so weniger Verpackung pro versandter Einheit zu verbrauchen. Und schließlich arbeiten wir kontinuierlich an der Optimierung unserer Transportverpackungen wie z.B. Kleiderhüllen, um noch mehr Material einzusparen.

## Supply Chain Sustainability Programm (SCS): Environmental Management Modul

Das **Environmental Management Modul** unseres Supply Chain Sustainability (SCS)-Programms definiert allgemeine Umweltauflagen sowie spezifische Anforderungen an das **Chemikalien-, Abwasser- und Klimafolgenmanagement**. Einige Anforderungen variieren in Abhängigkeit von den Prozessen, die ein Lieferant einsetzt, und dem Umfang der Geschäftsbeziehung mit HUGO BOSS. Die strengsten Anforderungen gelten für Lieferanten, deren Produktionsprozesse die größten Auswirkungen auf Umwelt und Klima haben, in erster Linie also für Nassprozesse wie Färben, Waschen, Bleichen und Gerben.

## Allgemeine Umwelanforderungen

Die Betriebe und die weiterführende Lieferkette der Lieferanten von HUGO BOSS müssen **umfassende Umwelanforderungen** erfüllen. Dazu gehören die Einrichtung von Umwelt- und Energiemanagementsystemen, die Verankerung der Verantwortung für Umweltbelange in der Organisation, der Betrieb eines Überwachungssystems für Umweltauswirkungen und die Festlegung von Zielen zur Reduzierung dieser Auswirkungen. Darüber hinaus gelten die Grundsätze der **HUGO BOSS Umweltpolitik** für alle Lieferanten.

Lieferanten, die bestimmte umweltrelevante Prozesse anwenden, müssen sich **Umweltaudits** unterziehen, um zu überprüfen, ob ihre Leistung den allgemeinen Umwelanforderungen von HUGO BOSS entspricht. Diese Audits umfassen Themen wie Energie und Schadstoffe.

### THEMEN DER UMWELTAUDITS

 <p><b>Themen der Umweltaudits</b></p>	Energie
	Treibhausgasemissionen
	Schadstoffe
	Abfall, Wasser und Abwasser

Bei einigen Lieferanten wird im Rahmen der Audits auch bewertet, inwieweit der Lieferant diese Themen in seiner Organisation verankert hat, z.B. durch die Einführung eines Umweltmanagementsystems. Die Audits werden von unabhängigen Auditoren durchgeführt und in regelmäßigen Abständen wiederholt. Alternativ bietet HUGO BOSS den Lieferanten seit 2021 die Möglichkeit, **Audit-Zertifikate von Drittanbietern** vorzulegen. Ergibt die Überprüfung des Audits, dass es unseren Anforderungen entspricht, gilt der Lieferant als erfolgreich auditiert und muss nicht erneut auditiert werden. Diese Möglichkeit unterstützt unser Ziel, das Lieferantenmanagement noch effizienter zu gestalten.



Bis 2025 will HUGO BOSS sicherstellen, dass alle Lieferanten mit wesentlichen Umweltauswirkungen ein **gültiges Umweltaudit** mit der Note „befriedigend“ oder besser vorweisen können. Im Jahr 2023 wurden 43 Umweltaudits bei Lieferanten durchgeführt (2022: 54) und fünf Audit-Zertifikate von Dritten anerkannt (2022: 8). Ende 2023 erfüllten 66 % der Lieferanten mit hohen Umweltauswirkungen die von HUGO BOSS definierten Umwelanforderungen (2022: 45%). Werden bei einem Umweltaudit Mängel festgestellt, wird gemeinsam mit dem Lieferanten ein **Plan zur Erhebung der Mängel** (Corrective Action Plan, CAP) erarbeitet. Wie auch bei den Audits überwacht HUGO BOSS die Umsetzung des Plans und unterstützt den Lieferanten bei der Umsetzung durch Schulungen, digitale Schulungsunterlagen und Dokumentationsvorlagen.

Im Jahr 2023 wurden im Rahmen der **Umweltaudits** acht Verstöße festgestellt, die als „nicht ausreichend“ oder „risikoreich“ eingestuft wurden (2022: 15).







## Abfall

HUGO BOSS ist sich bewusst, wie wichtig es ist, das Thema Abfallmanagement und -reduzierung in allen Bereichen unserer Geschäftstätigkeit zu berücksichtigen. Im Einklang mit unserer zentralen Nachhaltigkeits-säule „Kreislaufwirtschaft fördern“ ist es das Ziel von HUGO BOSS, **Abfälle zu reduzieren** und die damit verbundenen **Prozesse kontinuierlich zu optimieren**. Aus diesem Grund haben wir an drei unserer fünf Produktionsstandorte, an denen deutlich mehr Abfälle anfallen als an anderen Standorten, ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem eingeführt. Abfälle, die sich nicht vermeiden lassen, werden getrennt gesammelt, um sie zu recyceln oder einer ordnungsgemäßen Verwertung bzw. Entsorgung zuzuführen. Im Jahr 2023 wurden verschiedene Abfallarten wie Verpackungen, Papier, Pappe, Lebensmittelabfälle und andere Abfälle getrennt gesammelt. Dazu gehören auch Produktionsabfälle in Form von Textil- oder Lederresten.

Bei HUGO BOSS fielen im Jahr 2023 insgesamt 8.916 t Abfall an (2022: 8.161 t ) , was einem Anstieg von 9 % gegenüber dem Vorjahr entspricht  . Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die gute Geschäftsentwicklung im Berichtsjahr, die damit verbundene Erhöhung der Mitarbeiterzahl, die gestiegene Produktion in eigenen Werken und die Wiedereröffnung von Filialen nach pandemiebedingten Schließungen zurückzuführen. Im Vergleich zum Unternehmenswachstum fällt der Anstieg jedoch unterproportional aus, was zeigt, dass die eingeleiteten Maßnahmen greifen. Diese und alle anderen Zahlen in diesem Abschnitt beziehen sich nur auf **unsere eigene Geschäftstätigkeit** und nicht auf unsere Lieferkette.

### ABFALLAUFKOMMEN NACH ENTSORGUNGSART UND ABFALLART<sup>1</sup> (IN T)

	Ungefährlicher Abfall				Gefährlicher Abfall <sup>2</sup>			
	 2023	 2022	2021	2019	 2023	 2022	2021	2019
Recycling	4.988	4.865	3.650	4.264	72	13	16	18
Wiederverwendung	7	5	7	16	0	0	0	0
Entsorgung (Mülldeponie)	1.849	1.569	855	848	28	26	17	30
Verbrennung	128	90	113	114	4	5	10	7
Unbekannt <sup>3</sup>	1.841	1.587	1.239	1.799	0	0	0	1
<b>Gesamt</b>	<b>8.813</b>	<b>8.116</b>	<b>5.864</b>	<b>7.041</b>	<b>104</b>	<b>45</b>	<b>43</b>	<b>55</b>

- 1 Die Grundlage für die Berechnung der Einzelhandelsabfalldaten bilden die in den betrachteten Einzelhandelsgeschäften und Outlets verkauften Produkte sowie die durchgeführten Transporte (Berücksichtigung der jeweiligen Produkt- und Transportverpackungen).
- 2 „Gefährliche Abfälle“ umfassen verschiedene Arten von Abfällen, die ein Risiko für die Gesundheit und/oder die Umwelt darstellen. Im Berichtsjahr fielen gefährliche Abfälle in den Kategorien „Batterien“, „Chemikalien“, „Öl“, „elektronische Geräte“, „Tonerkartuschen“ und „sonstige gefährliche Abfälle“ an.
- 3 Diese Zahl bezieht sich auf die in unseren eigenen Einzelhandelsgeschäften erzeugten Abfälle (z. B. Papier und Pappe, Kunststoffe).

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 das Haushaltsabfälle pro Mitarbeiter um 10 % gegenüber 2018 zu reduzieren. Im Jahr 2023 verursachte jeder Mitarbeiter durchschnittlich 73,4 kg Abfall, 9 % weniger als 2018. 65 % der an den HUGO BOSS Standorten anfallenden Abfälle, also 5.056 t, werden dem **Recycling** zugeführt. Alle anderen Abfälle werden gemäß den lokalen Vorschriften entsorgt, teilweise mit Unterstützung von zertifizierten Entsorgungsunternehmen.

Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS kontinuierlich daran, das Abfallaufkommen bei Produkt- und Transportverpackungen weiter zu reduzieren, beispielsweise durch die **Einsparung von Verpackungsmaterial und den Einsatz von Mehrweglösungen**. Weitere Informationen finden Sie im Abschnitt „Nachhaltige Verpackungen“ in diesem Kapitel.

# SOZIALES

45  
EIGENE BELEGSCHAFT

52  
ARBEITSKRÄFTE IN DER  
WERTSCHÖPFUNGSKETTE

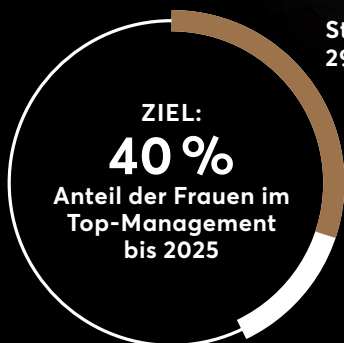
61  
BETROFFENE GEMEINSCHAFTEN

MITARBEITER-  
ZUFRIEDENHEIT

77%

(78% in 2022)

DIVERSITÄT,  
GLEICHSTELLUNG  
UND INKLUSION



Status  
29%

62%

(52% im Jahr 2022)

DER WAREN UNSERER FERTIGWAREN-  
LIEFERANTEN ERREICHTEN DIE  
HÖCHSTE PUNKTZAHL („GUT“) IN DER  
SOCIAL COMPLIANCE-LEISTUNGS-  
BEWERTUNG

## Sozialer Ansatz

Der globale Bekleidungsmarkt entwickelt sich ständig weiter: Die Kunden werden zunehmend anspruchsvoller und der technologische Fortschritt bestimmt immer mehr die Art und Weise, wie Geschäfte gemacht werden. Auch die Gesellschaft und ihre demografische Zusammensetzung verändern sich. Die „CLAIM 5“-Strategie unseres Unternehmens ermöglicht es uns, diesen Wandel aktiv anzugehen und erfolgreich zu gestalten. Wir bei HUGO BOSS sind davon überzeugt, dass die Leidenschaft und das Engagement unserer Mitarbeiter entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ sind. Ein starkes Bekenntnis zur Förderung von Menschen und Teams ist daher fest in „CLAIM 5“ verankert, geleitet von unseren HUGO BOSS Werten **Unternehmergeist, Verantwortung, Teammentalität, Einfachheit & Qualität sowie jugendlicher Spirit**. Unser Ziel ist es, unsere Mitarbeiter zu befähigen, eigenverantwortlich Entscheidungen zu treffen und Veränderungen aktiv zu gestalten. Dies wiederum macht HUGO BOSS zu einem noch attraktiveren Arbeitgeber, um neue Talente zu gewinnen und qualifizierte Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden.

Wir sind stets bemüht, ein **sicheres, integratives, motivierendes und wertschätzendes Arbeitsumfeld zu schaffen** und gleichzeitig eine Atmosphäre des Vertrauens und der Zugehörigkeit in unseren Teams zu fördern. Darüber hinaus bieten wir ein breites Spektrum an **Entwicklungsprogrammen und Schulungen** an, die es allen Mitarbeitern ermöglichen, ihr Wissen ständig zu erweitern, neue Fähigkeiten zu erlernen und sich weiterzuentwickeln. Wir setzen uns dafür ein, dass unsere Mitarbeiter eine **gesunde Work-Life-Balance** erreichen. Wir sind uns bewusst, dass die Aufrechterhaltung dieses Gleichgewichts entscheidend für ihr allgemeines Wohlbefinden ist und ihre Leistung, Zufriedenheit und Loyalität gegenüber dem Unternehmen erheblich steigern kann.

Studien belegen, dass **vielfältige und integrative Teams** Probleme besser und kreativer lösen und ihre Teammitglieder tendenziell zufriedener sind. **Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion** (Diversity, Equity und Inclusion, DE&I) ist daher ein besonders wichtiges Thema bei HUGO BOSS. Organisatorisch ist die Bedeutung von DE&I in der Abteilung Global Employee Experience als Teil von Global Human Resources verankert und das Global DE&I Team arbeitet daran, das Bewusstsein für DE&I im gesamten Unternehmen und auch extern weiter zu stärken. Darüber hinaus gibt es an unseren Produktionsstandorten in Izmir (Türkei) und im Tessin (Schweiz) jeweils einen eigenen DE&I-Beauftragten. > **Diversität, Gleichstellung und Inklusion**

Eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit hat bei HUGO BOSS eine große Bedeutung. Um das Engagement der Mitarbeiter regelmäßig zu messen, führt HUGO BOSS in Zusammenarbeit mit Great Place to Work (GPTW) Deutschland jährlich eine **Mitarbeiterbefragung** durch. Diese ergab für das Jahr 2023 eine Gesamtzufriedenheit von 77% (2022: 78% ✓) ✓. Das Ergebnis der GPTW Umfrage dient auch als Leistungsindikator für den **Long Term Incentive (LTI)** des Vorstands und der Führungskräfte der ersten beiden Managementebenen unterhalb des Vorstands. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die Gesamtzufriedenheit auch in den kommenden Jahren auf einem hohen Niveau von mindestens 75% zu halten.

**77%**  
**MITARBEITER-  
ZUFRIEDEN-  
HEIT**  
IM JAHR 2023



HUGO BOSS bekennt sich darüber hinaus zur **Achtung der Menschenrechte**, zu **fairen Arbeitsbedingungen**, zur **Vereinigungsfreiheit**, zur **Gleichstellung der Geschlechter** und duldet **keine Diskriminierung** in den eigenen Betrieben und in der gesamten Wertschöpfungskette. Der Abschnitt „Mitarbeiter in der Wertschöpfungskette“ beschreibt unsere diesbezüglichen Maßnahmen im Detail. Er verweist auch auf Abschnitte in anderen Kapiteln, die sich mit verwandten Aspekten der Unternehmensführung und Compliance in unserer Beschaffungskette befassen. Dazu gehören unsere Risikoanalyse zu Menschenrechten, unser „Speak Up Channel“ und unser Supply Chain Sustainability Programm.

Die **Abteilung Global Human Resources (HR)** ist für die laufende Überprüfung und Entwicklung des konzernweiten HR-Managements verantwortlich, wobei der Senior Vice President of Global Human Resources an den Chief Executive Officer (CEO) berichtet. Die Abteilung Global HR arbeitet eng mit anderen zentralen Abteilungen sowie mit den Personalabteilungen und -managern unserer Tochtergesellschaften zusammen.

Die Verantwortung für den **Arbeits- und Gesundheitsschutz** (occupational health and safety, OHS) bei HUGO BOSS ist dezentral organisiert, wobei sowohl die Konzernzentrale als auch die Tochtergesellschaften und Einzelhandelsstandorte klare Zuständigkeiten haben. Die Verantwortlichen in den Tochtergesellschaften berichten regelmäßig und bei Bedarf ad hoc an das lokale Management sowie an die entsprechenden Abteilungen in der Konzernzentrale. Der Vorstand behandelt OHS-Themen regelmäßig in seinen Sitzungen. HUGO BOSS aktualisiert regelmäßig sein **Health & Safety Commitment**, in dem die OHS-Prozesse unternehmensweit verbindlich festgelegt sind. Zuletzt haben wir den Arbeits- und Gesundheitsschutz deutlich weiter entwickelt, indem wir das OHS-Management weiter verbessert, quantitative OHS-Ziele definiert und unser OHS-System auf die Mitarbeiter der in unserem Auftrag tätigen Fremdfirmen (Kontraktoren) ausgeweitet haben.

Bei HUGO BOSS gibt es sowohl zentrale als auch dezentrale Richtlinien für das Personalmanagement, deren zentrales Element der HUGO BOSS **Code of Conduct** ist. Er schafft einen einheitlichen und verbindlichen Rahmen für rechtliches und ethisches Verhalten und regelt den Umgang der Mitarbeiter untereinander sowie mit Kunden, Lieferanten und Dienstleistern. Darüber hinaus unterstreicht die HUGO BOSS **Anti-discrimination and Harassment Policy** die Nulltoleranz des Unternehmens gegenüber unakzeptablem Verhalten am Arbeitsplatz. Von grundlegender Bedeutung sind darüber hinaus die **Human Rights Policy** und der **Supplier Code of Conduct**. Die Human Rights Policy enthält verbindliche Regeln, die alle Mitarbeiter zur Achtung der Menschenrechte und zur Gewährleistung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen verpflichten, auch im Umgang mit unseren Lieferanten und anderen Stakeholdern. Der Supplier Code of Conduct, der sich insbesondere an international anerkannten Arbeits- und Sozialstandards orientiert, gilt nicht nur für Lieferanten, sondern auch für unsere eigenen Produktionsstätten.

Die internationalen Tochtergesellschaften von HUGO BOSS gestalten ihr Personalmanagement durch zusätzliche, **dezentrale Richtlinien**. Dies ermöglicht ihnen, sich an ihre jeweilige Situation anzupassen und das nationale Recht einzuhalten.

## Eigene Belegschaft

Unsere Mitarbeiter sind entscheidend für den langfristigen Erfolg von HUGO BOSS. Zum Ende des Geschäftsjahres 2023 beschäftigte das Unternehmen **weltweit** insgesamt 21.899 **Mitarbeiter** (2022: 19.770 🟡🟢). Der Anstieg um 2.129 Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr steht im Einklang mit unserer strategischen Säule „Organize for Growth“, die die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ sicherstellen soll. Der Zuwachs spiegelt in erster Linie die weitere Stärkung unseres globalen Einzelhandelsgeschäfts, wichtiger Zentralfunktionen wie Omnichannel und IT sowie unserer Produktions- und Logistikteams wider.

Um den hohen Personalbedarf zu decken, wurden 2023 7.242 neue Mitarbeiter eingestellt (2022: 8.060 🟡🟢). Neben den Neueinstellungen gab es im Jahr 2023 auch einige Abgänge sowie interne Versetzungen und Übernahmen (z. B. von einem Praktikum in eine Festanstellung). Die Quote der **freiwilligen Austritte** (bezogen auf die Gesamtzahl der Mitarbeiter) blieb mit 19 % auf dem Niveau des Vorjahres (2022: 19 % 🟡🟢). Die Quote der freiwilligen Kündigungen messen wir zusätzlich getrennt für das Privatkundengeschäft und die Konzernfunktionen. Auf diese Weise können wir Maßnahmen zur Verbesserung der **Mitarbeiterbindung** besser identifizieren. Die Quote im Retailgeschäft lag 2023 bei 30 % (2022: 32 %), die in den Konzernfunktionen bei 10 % (2022: 9 % 🟡🟢). Unser Ziel bleibt es, beide Quoten in den kommenden Jahren weiter zu senken.

Wir führen **Austrittsgespräche** mit Mitarbeitern, die sich entschieden haben, HUGO BOSS zu verlassen, um die Gründe für ihr Ausscheiden besser zu verstehen. Ihr Feedback wird gesammelt und analysiert, um unsere Prozesse anzupassen, die Mitarbeiterbindung weiter zu verbessern und die Zahl der freiwilligen Austritte zu reduzieren.

Zum Jahresende 2023 beschäftigte HUGO BOSS 191 Mitarbeiter im Rahmen der **Arbeitnehmerüberlassung**, die in Zeiten hoher Auslastung vor allem in den eigenen Logistikstandorten und Einzelhandelsgeschäften eingesetzt werden.

Im Jahr 2023 waren 84 % unserer weltweiten Mitarbeiter durch **Tarifverträge** mit Gewerkschaften oder Betriebsvereinbarungen abgesichert (2022: 88 %).

Unser Engagement für DE&I spiegelt sich auch in unserer Belegschaft wider. Zum Jahresende 2023 arbeiteten Menschen aus mehr als 145 verschiedenen Nationen für HUGO BOSS. Damit blieb der **Nationalitätenmix** im Vergleich zum Vorjahr weitgehend unverändert. Das **Durchschnittsalter** unserer weltweiten Belegschaft lag bei 36 Jahren und blieb damit gegenüber dem Vorjahr unverändert (2022: 36 Jahre).

Der Anhang enthält zusätzliche KPIs zu unserem Mitarbeiterprofil. > [Anhang, Ausgewählte Sozialdaten](#)

## Vielfalt, Gleichheit und Inklusion

Wenn wir verschiedene Menschen zusammenbringen und ihre unterschiedlichen Talente und Stärken kombinieren, können wir unsere Kreativität, Sensibilität und unseren Erfolg maximieren. Jede einzigartige Person bereichert unser Arbeitsumfeld und unser Geschäft. **Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion (DE&I)** sind daher integraler Bestandteil unserer **Unternehmenskultur**.

Dieses Engagement reicht viele Jahre zurück. Bereits 2008 hat HUGO BOSS die Charta of Diversity unterzeichnet und sich damit verpflichtet, allen Mitarbeitern ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld zu bieten, das Chancengleichheit gewährleistet. Ebenso engagiert sich das Unternehmen für die Gleichstellung der Geschlechter. Alle Konzerngesellschaften weltweit haben sich zu den **Women's Empowerment Principles der Vereinten Nationen bekannt**.

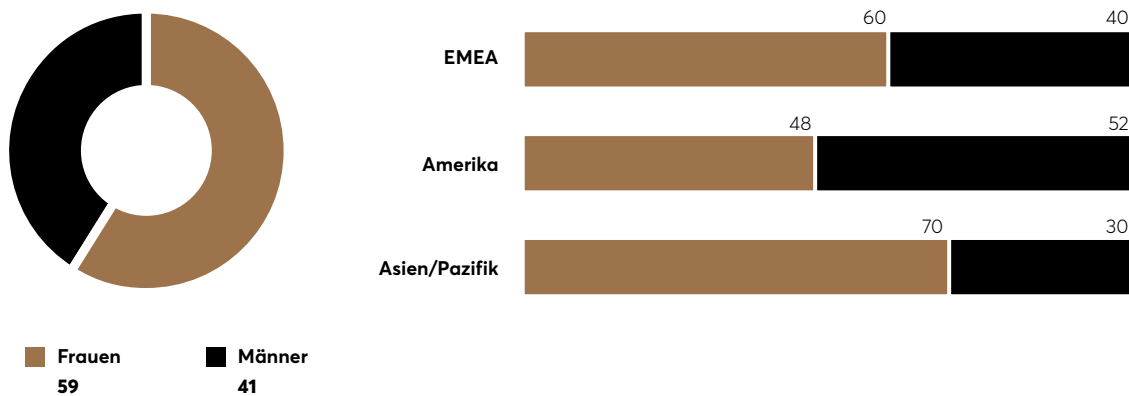
Frauen bildeten auch im Jahr 2023 mit einem Anteil von 59 % die Mehrheit unserer Belegschaft. Sie besetzten 2023 über alle Führungsebenen hinweg 50 % der Positionen (2022: 50 % ✓) und stellen 42 % des Aufsichtsrats von HUGO BOSS (2022: 42 % ✓) ✓. Der Vorstand hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 einen **Frauenanteil** von mindestens 40 % in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands (d.h. „Top-Management“) und mindestens 50 % in der zweiten Führungsebene zu erreichen. Zum 31. Dezember 2023 lag der Frauenanteil in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands bei 29 %, in der zweiten Führungsebene bei 44 % ✓. Beide Anteile entsprachen damit in etwa dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2022: 28 % bzw. 46 % ✓).

59 %

ANTEIL DER FRAUEN AN DER GESAMT-BELEGSCHAFT IM JAHR 2023

Um diese Ziele zu erreichen, hat der Vorstand einen Diversity-Ausschuss eingerichtet, der unser Verfahren zur Auswahl potenzieller Kandidaten für Führungspositionen überprüft und sicherstellt, dass die Kandidatenlisten im Rekrutierungsprozess geschlechterparitatisch besetzt sind. Um unser diverses Management weiter zu stärken, haben wir das SHE BOSS-Programm ins Leben gerufen, eine Managementinitiative für unsere talentierten weiblichen Führungskräfte. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal dieses Programms ist, dass die direkt verantwortlichen Führungskräfte aktiv in den Lernprozess einbezogen werden, um die notwendigen Unterstützung und Netzwerke aufzubauen. > **Anhang, Ausgewählte Sozialdaten**

**MITARBEITER NACH GESCHLECHT UND REGION (IN %)**



Um die Vielfalt im Unternehmen zu fördern, hat HUGO BOSS neben der organisatorischen Verankerung dieses wichtigen Themas in der **Abteilung Global Employee Experience** eine interne **Diversity Task Force** gegründet. Sie besteht aus 30 Mitarbeitern verschiedener Standorte und Funktionen und spielt eine zentrale Rolle bei der Förderung von DE&I bei HUGO BOSS. Um das Bewusstsein für Vielfalt zu schärfen und den Wichtigkeit von Vielfalt im gesamten Unternehmen zu verdeutlichen, wurden zu diesem Zweck mehrere Arbeitsgruppen eingerichtet, wie z. B. die Gender-Gruppe und die LGBTQIA+-Gruppe. Darüber hinaus haben Mitarbeiter die Initiative ergriffen, Gemeinschaften zu bilden, die auf gemeinsamen Eigenschaften, Interessen

oder Lebenserfahrungen basieren. Beispiele für diese „CREWs“, was für „creating a really equitable world“ steht, sind die Wonder Women CREW und die BE YOU CREW. Ziel ist es, einen sicheren Raum zu schaffen, um Ideen und Erfahrungen auszutauschen, sich gegenseitig zu unterstützen und zu inspirieren.

In 2023 hat HUGO BOSS eine umfassende **DE&I Ambition** definiert, die auf fünf zentralen Säulen basiert: Our People, Our Company, Our Consumers, Our Business partners, and Our Community. Darüber hinaus haben wir die Initiative MIX-&-MATCH ins Leben gerufen, um unsere Mitarbeiter zu inspirieren und zu befähigen und eine Unternehmenskultur zu fördern, in der Unterschiede gefeiert werden und Inklusion gelingt. Nach dem Start an unserem Hauptsitz in Metzingen (Deutschland) wurde MIX-&-MATCH im Jahr 2023 auf vier weitere Standorte ausgeweitet: Tessin (Schweiz), Izmir (Türkei), Northern Hub (London, Vereinigtes Königreich) und Western Hub (Paris, Frankreich).



Das Engagement von HUGO BOSS für DE&I umfasst auch entsprechende Schulungen, wie z. B. ein **Training zur Überwindung von Vorurteilen**, das den Unternehmenserfolg fördert. Der Vorstand und das Top-Management haben das Programm bereits im Jahr 2022 absolviert, das mittlere Management und die jeweiligen Teams 2023. Dadurch haben mehr als 350 Mitarbeiter wertvolle DE&I-Kenntnisse und -Fertigkeiten erworben. Wir beabsichtigen, alle verbleibenden Mitarbeiter 2024 entweder persönlich oder online zu schulen, um sie für unbewusste Vorurteile zu sensibilisieren. Darüber hinaus wurde das Programm in unser bestehendes Schulungsangebot integriert, um sicherzustellen, dass die Mitarbeiter im Rahmen ihrer kontinuierlichen Weiterentwicklung darauf zugreifen können.

Das Alter ist ein weiterer wichtiger Aspekt der Vielfalt. Um die Bedürfnisse und Überzeugungen von Millennials und Gen Z – zwei wichtigen Zielgruppen für unsere Marken BOSS und HUGO – besser zu verstehen, haben wir 2023 ein **NextGen Board** gegründet, das aus sechs Mitarbeitern besteht, die alle unter 30 Jahre alt sind. Das NextGen Board trifft sich vierteljährlich, um als Sprachrohr der Generationen zu fungieren und Ratschläge zu wichtigen, die Generation Z betreffenden Geschäftsentscheidungen zu geben. Außerdem konsultieren der Vorstand und die Geschäftsleitung den NextGen-Vorstand gelegentlich zu generationsbezogenen Fragen.

Weitere Informationen zu DE&I und Chancengleichheit bei HUGO BOSS sind auf der Unternehmenswebsite zu finden. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Work-Life-Balance

Um unsere Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern, unterstützen wir unsere Mitarbeiter auch bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. **Verschiedene flexible Arbeitsmodelle**, wie individuelle Teilzeitregelungen, Vertrauensarbeitszeit oder remote-working, sollen ihre Motivation und ihr Engagement weiter steigern. Arbeitsmodelle wie Jobsharing und Co-Leadership ergänzen das Angebot zusätzlich. Die Mehrzahl unserer Mitarbeiter profitiert bereits von flexiblen Arbeitszeiten und möglichen Teilzeitmodellen. So können beispielsweise auch die Mitarbeiter unserer eigenen Produktionsstätte in Izmir (Türkei) angesammelte Überstunden abbauen oder andere Teilzeitregelungen in Anspruch nehmen. Das **Arbeiten von zu Hause** aus ist bei

HUGO BOSS für fast alle Mitarbeiter in der Verwaltung möglich. Insbesondere den Verwaltungsmitarbeitern in Deutschland bieten wir das **hybride Arbeitskonzept „Threedom of Work“** an, das eine Anwesenheit an drei Tagen in unserer Zentrale in Metzingen vorsieht, während die Mitarbeiter an den anderen beiden Tagen ihren Arbeitsort frei wählen können. Ähnliche Modelle haben wir auch an ausgewählten internationalen Standorten etabliert.

Auch bei HUGO BOSS setzen wir uns im Rahmen der bundesweiten Kooperation **„Erfolgsfaktor Familie“** für die Stärkung der Familienfreundlichkeit ein. Schon heute bieten wir unseren Mitarbeitern eine Vielzahl von familienfreundlichen Angeboten. So stehen jungen Familien am Standort Metzingen zum Beispiel Plätze in der örtlichen Kindertagesstätte und **Ferienbetreuung zur Verfügung**. Darüber hinaus eröffneten wir Anfang 2023 eine eigene **Kindertagesstätte** an unserem Hauptsitz in Metzingen, die Platz für rund 50 Kleinkinder bietet. Mitarbeiter in den USA und Kanada haben kostenlosen Zugang zu einem **Employee Assistance Program (EAP)**, das unabhängige Beratung zu Themen wie Kinderbetreuung und Pflege von Familienangehörigen bietet. Darüber hinaus haben die meisten unserer Mitarbeiter in den USA die Möglichkeit, einen Teil ihres Bruttoeinkommens für externe Betreuungs- und Unterstützungsleistungen über **flexible Ausgabenkonten (FSAs)** auszugeben.

Die Arbeitgeberattraktivität von HUGO BOSS wurde im Jahr 2023 erneut mehrfach ausgezeichnet. In der Studie **„Arbeiten in der Mode 2023“** des Branchenmagazins TextilWirtschaft belegte HUGO BOSS erneut einen starken dritten Platz. Dabei belegten wir den ersten Platz in der Kategorie „Zukunftspotenzial des Unternehmens“ und den zweiten Platz in den Kategorien „Gehaltsniveau“, „Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten“ und „attraktive Produkte“. Darüber hinaus konnten wir unsere starke Mittelfeldposition unter den **Top 50 Diversity Leaders 2023** halten – basierend auf einem unabhängigen europaweiten Ranking von Statista und der Financial Times. In der globalen Studie **„World’s Best Employers 2023“** von Forbes und Statista konnte sich HUGO BOSS im Jahr 2023 deutlich verbessern und schaffte es erstmals unter die Top 200 weltweit. > [Geschäftsbericht 2023, Mitarbeiter und Teams](#)

## Berufliche Bildung und Mitarbeiterentwicklung

HUGO BOSS bietet seinen Mitarbeitern ein breites Spektrum an individuellen Entwicklungsmöglichkeiten. Strukturierte Personalentwicklungsprogramme für Fach- und Führungskräfte zielen darauf ab, die Mitarbeiter entsprechend ihrer Kompetenzen zu fördern, ihr Wissen zu erweitern und ihre Fähigkeiten zu stärken. HUGO BOSS bietet sowohl fachspezifische Trainings als auch Trainings zur sozialen Kompetenz an. Ziel ist es, eine **leistungsorientierte Unternehmenskultur** zu fördern, die zugleich inklusiv, wertschätzend und kooperativ ist. Darüber hinaus bietet HUGO BOSS verschiedene Ausbildungsprogramme für Schulabgänger, Studenten und Young Professionals an. > [Geschäftsbericht 2023, Mitarbeiter und Teams](#)

Zusätzlich zu den bestehenden Programmen **Employee Development Program (EDP)**, **Leadership Development Program (LDP)** und **High Potential Program (HIPOSS)** haben wir 2023 die **Experienced Leaders Collection (ELC)** eingeführt. ELC bietet erfahrenen Führungskräften eine umfassende Lern- und Trainingssammlung, die ein gemeinsames Führungsverständnis bei HUGO BOSS unterstützt. Darüber hinaus haben unsere Mitarbeiter über die konzernweiten Plattformen **„HUGO BOSS University“** und **„HUGO BOSS eLIBRARY“** Zugang zu einer breiten Auswahl an Präsenz- und geführten Online-Live-Trainings sowie E-Learning-Kursen zu Sozial-, Fach- und Führungskompetenzen. An den eigenen Produktions- und Logistikstandorten sind Präsenztrainings und Arbeitsplatzbesprechungen fester Bestandteil des Einarbeitungsprozesses der gewerblichen Mitarbeiter.



Der jährliche „**Performance & Development Dialog**“ (PDD) bietet Prozess- und Systemunterstützung bei der Schaffung individueller Entwicklungsmöglichkeiten. Ein Online-Tool erhebt Daten zur Leistungsbeurteilung, Potenzialeinschätzung und Entwicklungsplanung unserer Mitarbeiter und soll eine größtmögliche Objektivität, auch durch die Darstellung mehrdimensionaler Rückmeldungen, gewährleisten. Ziel des PDD ist es, die Transparenz insbesondere im Hinblick auf mögliche **bereichsübergreifende und internationale Entwicklungswege** innerhalb des Konzerns zu erhöhen, das Beste aus den Mitarbeitern herauszuholen und Talente möglichst lange an das Unternehmen zu binden. Neben der Vorbereitung und Durchführung der jährlichen Leistungsbeurteilung unterstützt das Tool auch die Durchführung von Halbjahresbeurteilungen und die Einholung weiterer strukturierter Rückmeldungen von Führungskräften und Kollegen.

Bei HUGO BOSS wollen wir Lernen attraktiver machen und unsere Mitarbeiter motivieren, sich weiterzuentwickeln. Voneinander und miteinander zu lernen ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Kultur. Deshalb bieten wir verschiedene Plattformen und Initiativen an, die das lebenslange Lernen auf attraktive Weise fördern. So bietet HUGO BOSS mit der konzernweiten **HUGO BOSS University**, einer internen Trainingsplattform zur Förderung der Fach-, Sozial- und Führungskompetenz, ein vielfältiges Weiterbildungsangebot an. Auch die Präsenztrainings werden zunehmend digitalisiert, um den Teilnehmern einen zeitlich flexiblen Zugang zu ermöglichen. Darüber hinaus bietet die kostenlose **HUGO BOSS eLIBRARY** allen Mitarbeitern rund um die Uhr Zugang zu einer großen Auswahl an eBooks, Hörbüchern und verschiedenen virtuellen Trainingsmodulen. Um das Lernen noch effektiver und zugänglicher zu gestalten, bieten wir seit 2023 das einstündige Trainingsformat **Tiny Training Thursday** zu aktuell relevanten Themen an. Diese Maßnahmen zeigen unser Engagement für kontinuierliches Wachstum und Entwicklung und unterstreichen unseren Anspruch, ein zukunftsorientiertes und lernendes Unternehmen zu sein.

HUGO BOSS hat im Jahr 2023 unternehmensweit 5.826 **Trainings und Schulungen vor Ort** durchgeführt (2022: 3.686). Die Mitarbeiter absolvierten im Jahr 2023 durchschnittlich 12 Stunden Training. Die durchschnittlichen Gesamtausgaben für Schulungen pro Vollzeitäquivalent (Full Time Equivalent, FTE) betragen im Jahr 2023 rund 250 EUR.

**5.826**  
**TRAININGS UND  
SCHULUNGEN  
VOR ORT**  
IM JAHR 2023

HUGO BOSS unterstützt **Studenten und Auszubildende** durch die enge Zusammenarbeit mit einer Reihe von Hochschulen weltweit und mit anderen Berufsbildungseinrichtungen. So können wir Studenten verschiedenster Studiengänge sowie verschiedene gewerbliche, technische und kaufmännische Ausbildungsberufe als Werkstudenten anbieten. Damit reagiert HUGO BOSS auch auf den zunehmenden Fachkräftemangel.

## Faire Vergütung

Wir bei HUGO BOSS sind uns bewusst, dass eine faire Entlohnung nicht nur für die finanzielle Absicherung unserer Mitarbeiter entscheidend ist, sondern auch für die Förderung einer Kultur der Fairness, Motivation und Produktivität in unserem Unternehmen. In seiner Menschenrechtspolitik verpflichtet sich HUGO BOSS, mindestens den gesetzlichen Mindestlohn oder einen branchenüblichen Lohn zu zahlen, der die Lebenshaltungskosten deckt. Wir sind davon überzeugt, dass zu fairen Arbeitsbedingungen auch eine **transparente und leistungsgerechte Entlohnung** gehört. HUGO BOSS hat sich daher zum Ziel gesetzt, die Fairness und Wettbewerbsfähigkeit seiner Vergütungsstruktur weiter zu erhöhen und seinen Mitarbeitern weltweit eine faire und marktgerechte Vergütung zu gewährleisten. Alle Positionen werden weltweit nach einheitlichen

Kriterien bewertet. Diese Bewertung ermöglicht eine marktgerechte Einstufung der Vergütung, unabhängig von Geschlecht oder anderen Diversity-Aspekten. Im Jahr 2023 hat der Vorstand von HUGO BOSS sein Bekenntnis zu einer fairen Vergütung durch die Unterzeichnung eines globalen **Fair Pay Commitments** bekräftigt, das allen Mitarbeitern im unternehmensweiten Intranet zur Verfügung gestellt wurde, weiter verstärkt. Insgesamt sehen wir in einer fairen Vergütung einen Schlüsselfaktor, um sowohl die Mitarbeiterzufriedenheit als auch unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter zu steigern.

Unser **Vergütungssystem** umfasst feste und variable Gehaltsbestandteile, übertarifliche Zulagen, Sachbezüge und Nebenleistungen. Es orientiert sich an Branchen- und Tarifverträgen und bezieht nationale und regionale Benchmarks mit ein. Darüber hinaus bestehen bei der HUGO BOSS AG Betriebsvereinbarungen, die Vergütungsbestandteile wie z. B. die Leistungszulage regeln. Die außertariflichen Mitarbeiter erhalten neben dem Grundgehalt ein 13. Monatsgehalt und einen an die jährlichen Unternehmensziele gekoppelten Short Term Incentive (STI). Das Vergütungssystem der beiden Ebenen unterhalb des Vorstands beinhaltet zusätzlich einen mehrjährigen Long-Term-Incentive (LTI), der sich an den Zielen des Vorstands orientiert.

HUGO BOSS leistet auch einen wichtigen Beitrag zur **betrieblichen Altersvorsorge** seiner Mitarbeiter. Umfang und Konditionen sind von Land zu Land unterschiedlich. In Deutschland bietet HUGO BOSS beispielsweise für alle Mitarbeitergruppen die gleiche betriebliche Altersversorgung an. Darüber hinaus gibt es in Deutschland Programme für Mitarbeiter, die in den Ruhestand gehen möchten. Dazu gehört ein Altersteilzeitprogramm, bei dem die Mitarbeiter weiterhin betriebliche Leistungen wie die kostenlose Nutzung des Fitnessstudios und der Cafeteria in der Konzernzentrale in Anspruch nehmen können.

Um unseren Mitarbeitern einen zusätzlichen Nutzen zu bieten, hat HUGO BOSS im Jahr 2023 das **Mitarbeiteraktienprogramm (employee share investment program, SHIP)** erfolgreich eingeführt. Dieses bietet Mitarbeitern in über 20 Ländern die Möglichkeit, in regelmäßigen Abständen eine bestimmte Anzahl von HUGO BOSS Aktien zu vergünstigten Konditionen zu erwerben und so direkt am Unternehmenserfolg zu partizipieren. Das Programm wurde im ersten Jahr von den Mitarbeitern sehr gut angenommen und führte insgesamt zu einer Beteiligungsquote von rund 20 %, bei der HUGO BOSS AG sogar von über 40 %. HUGO BOSS strebt an, das SHIP in Zukunft auf weitere Unternehmensstandorte auszuweiten und damit die Zahl der teilnahmeberechtigten Mitarbeiter zu erhöhen.

Darüber hinaus erhalten **HUGO BOSS Mitarbeiter** weitere Leistungen wie Krankenversicherung, Unfall- und Arbeitsunfähigkeitsversicherung, Mutterschutz, Elternzeit und finanzielle Unterstützung für bestimmte Weiterbildungsmaßnahmen außerhalb von HUGO BOSS. > [Geschäftsbericht 2023, Mitarbeiter und Teams](#)

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Der Schutz der Gesundheit und die Vermeidung von Arbeitsunfällen haben bei HUGO BOSS höchste Priorität. Wir betreiben ein **umfassendes Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutz-Programm (Occupational Health and Safety, OHS)**. Es basiert auf gesetzlichen Vorgaben und umfasst sowohl unsere Mitarbeiter als auch Kontraktoren, die in unserem Auftrag arbeiten. Im Jahr 2023 begann HUGO BOSS mit dem Aufbau eines **Sicherheitsmanagementsystems nach ISO 45001**.

## Gesundheitsschutz

Darüber hinaus legen wir großen Wert auf die Förderung der **Gesundheit und Leistungsfähigkeit** unserer Mitarbeiter. Dazu gehören zahlreiche Aktivitäten zur Verbesserung der körperlichen und geistigen Gesundheit. Unser betriebliches Gesundheitsmanagement besteht aus einer Vielzahl von Angeboten, darunter körperliche und geistige Fitness, Ernährung, ergonomische Arbeitsplatzgestaltung sowie Bewegungspausen, Massagen und individuelle Beratung für gewerbliche Mitarbeiter. Ein **ausgewogenes Ernährungskonzept** in unseren HUGO BOSS Restaurants soll das persönliche Wohlbefinden unserer Mitarbeiter verbessern. Darüber hinaus stellt HUGO BOSS an verschiedenen Standorten, u. a. in Deutschland, der Schweiz und der Türkei, eigene **Sportanlagen und Fitnessstudios zur Verfügung**. Darüber hinaus bieten wir bewegungsorientierte Kurse an, die sowohl persönlich als auch online durchgeführt werden.

Im Jahr 2023 veranstaltete HUGO BOSS in der Konzernzentrale ein zweiwöchiges Event zur mentalen Gesundheit, den „**Feel Good Garden**“, der sich durch ein organisches Design, natürliche Materialien und verschiedene Pflanzen und Kräuter auszeichnete. Der Feel Good Garden ist eine nachhaltige Initiative von HUGO BOSS mit dem Ziel, Grünflächen zu schaffen, die das Wohlbefinden der Mitarbeiter sowie den Umweltschutz fördern. Er diente als inspirierender Ort für Mitarbeiter-Workshops zu Themen wie Sport, Kreativität, Meditation und mentale Gesundheit.

An vielen HUGO BOSS Standorten wird das betriebliche Gesundheitsmanagement von eigens dafür vorgesehenen Mitarbeitern koordiniert. Darüber hinaus gibt es eine **arbeitsmedizinische Betreuung** in der Konzernzentrale, am Standort Izmir (Türkei) und an bestimmten Standorten außerhalb Deutschlands. Darüber hinaus bietet HUGO BOSS den Mitarbeitern an verschiedenen Standorten die Möglichkeit, regelmäßige Gesundheitschecks durchführen zu lassen. > **Geschäftsbericht 2023, Mitarbeiter und Teams**

Die Mitarbeiter von HUGO BOSS hatten im Jahr 2023 insgesamt 122.903 Krankheitstage (2022: 145.275 ✓). Der **Krankenstand** sank damit auf ein Niveau von 2,7% (2022: 3,8% ✓) ✓. Der Krankenstand stellt die Anzahl der krankheitsbedingten Fehltag im Verhältnis zu den geplanten Arbeitstagen dar, bezogen auf den gewichteten Durchschnitt der FTE im Berichtsjahr. Wie im Vorjahr gab es bei HUGO BOSS auch im Jahr 2023 keine gemeldeten Fälle von Berufskrankheiten und folglich keine Todesfälle. ✓ ✓









## Arbeitssicherheit

Bei HUGO BOSS hat die Arbeitssicherheit einen hohen Stellenwert, da sie für das Wohlbefinden und den Schutz unserer Mitarbeiter unerlässlich ist und ein sicheres Arbeitsumfeld gewährleistet, das Produktivität und Mitarbeiterzufriedenheit fördert. Eine zentrale Rolle für die Arbeitssicherheit bei HUGO BOSS am Standort Metzingen spielt der **Arbeitsschutzausschuss**, der vierteljährlich tagt. Er setzt sich aus dem Betriebsrat, den Betriebsärzten, den Sicherheitsbeauftragten und den Mitgliedern des zentralen Arbeitsschutzteams zusammen, wobei die ersten beiden entscheidungsbefugt sind. Im Ausschuss werden Fragen der Arbeitssicherheit diskutiert, Fachinformationen ausgetauscht, Sicherheitsziele formuliert und Präventionsmaßnahmen festgelegt. Darüber hinaus setzt HUGO BOSS eine Reihe von Arbeitsschutzinstrumenten ein, um die Arbeitssicherheit aller Mitarbeiter, einschließlich der Kontraktoren, zu gewährleisten. So führen wir regelmäßige **Arbeitsschutzbegehungen** durch, an denen Fachkräfte für Arbeitssicherheit, Betriebsärzte, die Geschäftsleitung, der Betriebsrat und bei Bedarf auch externe Experten teilnehmen. Darüber hinaus unterstützen das

Arbeitsschutzteam und die Betriebsärzte alle Abteilungen bei der Erstellung von arbeitsschutzbezogenen **Gefährdungsbeurteilungen**. Sie dienen dazu, mögliche Gefährdungen frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und entsprechende Präventionsmaßnahmen zu ergreifen.

HUGO BOSS hat ein **Arbeitsschutz-Meldesystem** eingeführt, das sowohl für Mitarbeiter als auch für Kontraktoren verpflichtend ist. Dieses System ermöglicht es, Gefahren zu melden und Risikobewertungen durchzuführen, um einen proaktiven Ansatz im Bereich Sicherheit und Gesundheitsschutz zu gewährleisten. Das **Health & Safety Commitment** ermutigt die Mitarbeiter, sich verantwortungsbewusst gegenüber ihrer eigenen Gesundheit und Sicherheit und der anderer zu verhalten und jegliche Missstände zu melden. Wird ein Risiko oder eine Gefahr festgestellt, werden technische, organisatorische und persönliche **Schutz- und Präventivmaßnahmen** eingeleitet, beginnend mit der Beseitigung der Gefahrenquelle. Ausgewiesene Ersthelfer, Sicherheitsbeauftragte und Brandschutzhelfer sorgen dafür, dass alle Meldewege und Rahmenbedingungen zur Gefahrenabwehr eingehalten werden und die Abläufe reibungslos funktionieren.

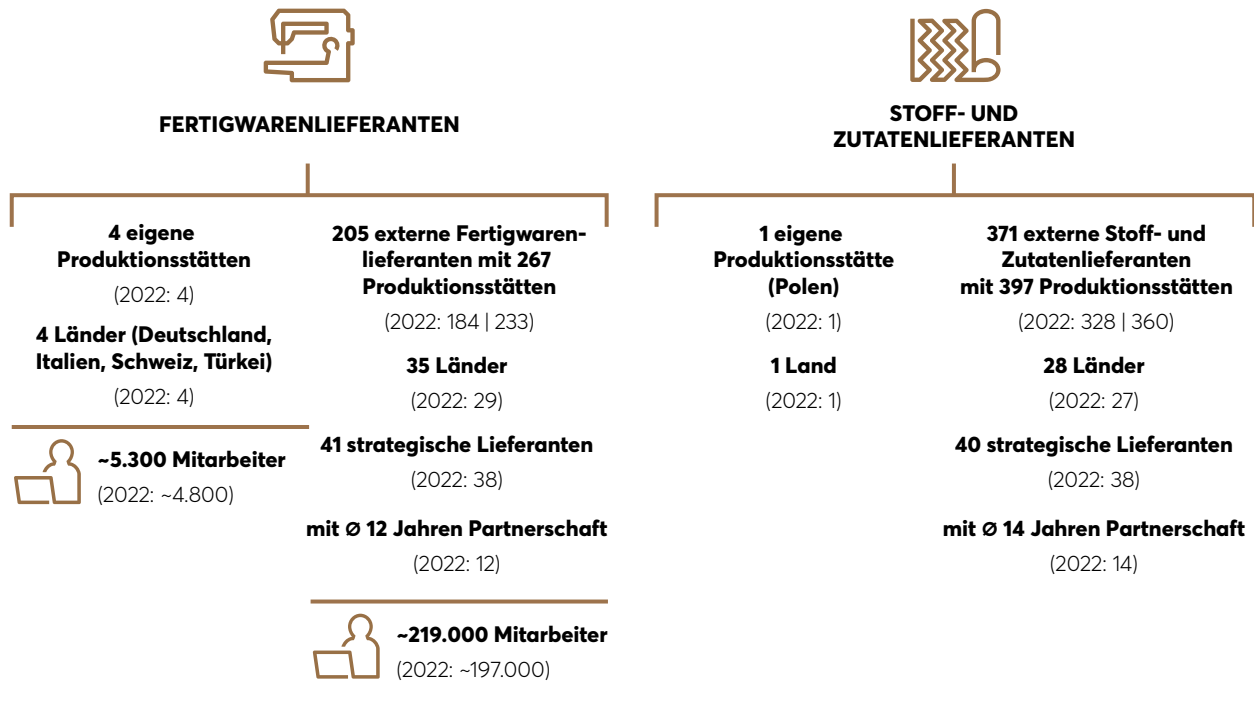
Die Mitarbeiter von HUGO BOSS erhalten regelmäßig Schulungen zur Arbeitssicherheit. Mitarbeiter im Konzern und im Einzelhandel absolvieren standardisierte **OHS eLearning-Module**. Darüber hinaus müssen alle Mitarbeiter der Produktions- und Logistikstandorte an **arbeitsplatzbezogenen Schulungen** teilnehmen. 2023 wurden eine Reihe von Sicherheitsworkshops für das mittlere Management durchgeführt, um das Bewusstsein für Sicherheit und Gesundheitsschutz zu schärfen, sowie ein interner Einführungs- und Auffrischkurs für alle Sicherheitsbeauftragten. Darüber hinaus schult HUGO BOSS seine Brandschutzhelfer und Ersthelfer regelmäßig durch Erstausbildung und Auffrischkurse. Informationen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz erhalten die Mitarbeiter über verschiedene Kanäle wie das konzernweite Intranet, E-Learning und spezielle Unterweisungen. Kontraktoren erhalten arbeitsplatzspezifische Unterweisungen sowie allgemeine Anweisungen durch ihre Vorgesetzten. Darüber hinaus erhalten sie standortspezifische Sicherheitsinformationen.

Trotz unserer hohen Sicherheitsstandards ereigneten sich im Jahr 2023 316 Unfälle, an denen Mitarbeiter beteiligt waren und die zu mindestens einem Tag Arbeitsausfall führten (2022: 229  ). Darunter fallen Arbeits-, Wege- und Veranstaltungsunfälle. Insgesamt führte dies zu 3.171 Ausfalltagen (2022: 3.032) und damit zu einer Fehlzeitenquote von 0,1% (2022: 0,1%). Die **Lost Time Injury Frequency Rate (LTIFR)** lag für unsere eigenen Mitarbeiter in 2023 bei 6,8 (2022: 6,1 ), die Arbeits- und Veranstaltungsunfälle umfasst . In 2023 haben sich bei unseren Kontraktoren zwei leichte Arbeitsunfälle ereignet, die insgesamt zu fünf Ausfalltagen geführt haben (2022: 0 ), was eine LTIFR von 5,9 ergibt . HUGO BOSS ist bestrebt, die Zahl der Arbeitsunfälle auch in Zukunft weiter zu reduzieren. Wie in den Vorjahren gab es auch im Jahr 2023 keine Todesfälle bei HUGO BOSS  . > [Anhang, Ausgewählte Sozialdaten](#)

## Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

HUGO BOSS teilt seine Lieferanten im Hinblick auf das Management von lieferantenbezogenen Nachhaltigkeitsthemen in zwei Gruppen ein: **Fertigwarenlieferanten** und **Stoff- und Zutatenlieferanten**. Unter dem Begriff Fertigwarenlieferanten versteht HUGO BOSS die eigenen Produktionsstätten, die Partner in der Auftragsfertigung sowie die Hersteller von Handelswaren. Von Stoff- und Zutatenlieferanten bezieht das Unternehmen Oberstoffe sowie Knöpfe, Garne und andere Materialien für die eigene Fertigung und die Auftragsfertigung.

**HUGO BOSS BESCHAFFUNGS- UND PRODUKTIONSTÄTIGKEITEN**



Im Geschäftsjahr 2023 produziert HUGO BOSS 17% seines gesamten Beschaffungsvolumens in eigenen Werken (2022: 14%). Unsere fünf **eigenen Produktionsstandorte** befinden sich alle in Europa, wobei Izmir (Türkei) den größten Teil davon ausmacht. Im Jahr 2023 wurden 83% des globalen Beschaffungsvolumens von **externen Vertragslieferanten bezogen** oder als **Handelsware** beschafft (2022: 86%). Die Partnerbetriebe befinden sich hauptsächlich in Asien und Europa.

Die Mitarbeiter in den Produktionsstätten von HUGO BOSS und bei den Zulieferern sind wichtige Stakeholder. Gemeinsam mit unseren Lieferanten, Nichtregierungsorganisationen und Experten entwickeln wir Strategien, die darauf abzielen, ihr Wohlergehen kontinuierlich zu überwachen und, wo möglich, zu verbessern. Unter Berücksichtigung aller Arbeitnehmer bei unseren Fertigwarenlieferanten (in unseren eigenen Produktionsstätten und bei den externen Lieferanten) umfasst dies **rund 225.000 Arbeitnehmer**.

**225.000**  
**ARBEITER BEI UNSEREN FERTIGWARENLIEFERANTEN**  
IM JAHR 2023

Der Chief Financial Officer (CFO)/Chief Operating Officer (COO) von HUGO BOSS ist dafür verantwortlich zu überwachen, wie HUGO BOSS mit **ökologischen, sozialen und menschenrechtlichen Herausforderungen in seiner Lieferkette** umgeht. Die zentralen Abteilungen Brand Management, Creative Management und Business Operations interagieren direkt mit unseren Lieferanten und sind dafür verantwortlich, dass diese unsere Standards einhalten. Als Teil von Business Operations definiert die Abteilung Sustainable Supply Chain Management unternehmensweite Standards und einheitliche Prozesse im Lieferantenmanagement. Die Führungskräfte der genannten Abteilungen stimmen sich kontinuierlich ab, um sicherzustellen, dass unsere Prozesse zweckmäßig bleiben. Die Ergebnisse werden regelmäßig an den Vorstand berichtet.

## Risiken in der Lieferkette und Einhaltung der Sorgfaltspflicht

HUGO BOSS ist sich bewusst, dass seine internationalen Beschaffungsaktivitäten neben wirtschaftlichen und finanziellen Risiken auch Nachhaltigkeitsrisiken beinhalten. Es kann grundsätzlich nicht garantiert werden, dass die Lieferanten die spezifischen rechtlichen Anforderungen von HUGO BOSS oder die vor Ort geltenden Anforderungen, z.B. in Bezug auf Menschenrechte, Arbeits- oder Umweltstandards, einhalten. Daraus ergeben sich für HUGO BOSS besondere Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette. Um diesen Verpflichtungen nachzukommen, führt das Unternehmen im Rahmen seines Risikomanagements einen klar definierten **Due-Diligence-Prozess** durch. HUGO BOSS unterscheidet zwischen Risiken aus der eigenen Geschäftstätigkeit, Risiken entlang der Lieferkette sowie ökologischen und sozialen Risiken.

Darüber hinaus entwickelt das Unternehmen Länder-Scorecards, um **länderspezifische soziale und ökologische Risiken in seiner Lieferkette zu bewerten und zu steuern**. Auch die Menschenrechtslage in diesen Ländern wird bewertet. Länder, bei denen die Scorecards ein sehr hohes Menschenrechtsrisiko anzeigen, werden als Beschaffungsmärkte für das Unternehmen ausgeschlossen.

Im Rahmen unserer **Due-Diligence-Prüfung** haben wir die sozialen Risiken in unserer Beschaffungskette identifiziert, wie in der folgenden Tabelle dargestellt.

### SOZIALE RISIKEN IN DER LIEFERKETTE

 <p><b>Soziale Risiken in der Lieferkette</b></p>	<p><b>Social Compliance Management</b> Risiken aufgrund mangelnden Engagements oder mangelnder Unterstützung durch das Management (z.B. Transparenz von Dokumenten)</p>
	<p><b>Arbeitszeiten</b> Überschreitung der zulässigen Arbeitszeit, Unstimmigkeiten bei den Arbeitszeitdaten, übermäßige Anzahl aufeinanderfolgender Arbeitstage</p>
	<p><b>Vergütungen und Leistungen</b> Unstimmigkeiten und Intransparenz im Zahlungssystem oder Unterbezahlung</p>

Ausführlichere Informationen zu den Maßnahmen, die HUGO BOSS ergreift, um soziale Risiken in der Lieferkette zu identifizieren, zu überwachen und ihnen entgegenzuwirken, finden Sie im Kapitel „Deutsches Lieferkettengesetz“ in diesem Bericht. > [Deutsches Lieferkettengesetz](#)

## Verantwortung in der Wertschöpfungskette

Die Beschaffungsstrategie von HUGO BOSS basiert auf langfristigen, **vertrauensvollen Beziehungen** zu unseren Lieferanten, die sicherstellen, dass unsere Produkte stets hohen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards entsprechen und pünktlich am Point of Sale verfügbar sind. Zur Unterstützung unserer Partner bieten wir ein **Lieferantenfinanzierungsprogramm** an, das es den HUGO BOSS Lieferanten ermöglicht, ihre finanziellen Forderungen schneller zu begleichen und ihre Zahlungsfähigkeit für die Zukunft zu sichern.



Um eine effiziente Lieferantenbeziehung aufrechtzuerhalten, führen wir halbjährlich eine **strategische Lieferantenbewertung** durch, um die ideale Verteilung des Auftragsvolumens auf die Lieferanten zu ermitteln. Zu den Kriterien der Bewertung gehören **Kosten, Qualität und Liefertreue** sowie **Nachhaltigkeit**. Bevorzugt werden Lieferanten mit einer guten Lieferantenbewertung. Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS eng mit seinen Lieferanten, insbesondere den strategischen Partnern, zusammen, um sie bei der Verbesserung von Qualität, Effizienz und anderen Parametern zu unterstützen. So bieten wir beispielsweise Trainingsprogramme an, die strategische Partner dabei unterstützen, die digitalen Fähigkeiten ihrer Mitarbeiter zu verbessern.

### Lieferantenauswahl

HUGO BOSS wählt seine Partner sorgfältig aus. Voraussetzung für eine Geschäftsbeziehung ist die Zustimmung zu unserem **Supplier Code of Conduct** und die Durchführung einer jährlichen Selbsteinschätzung zu ESG-Themen. Darüber hinaus müssen die Lieferanten ein Online-ESG-Training absolvieren und die entsprechenden Zertifikate vorlegen. HUGO BOSS prüft diese Informationen sorgfältig, bevor **ein Vertrag mit einem potenziellen Lieferanten abgeschlossen wird**. Anschließend überprüfen wir kontinuierlich die soziale Compliance unserer Lieferanten und legen gegebenenfalls einen Korrekturmaßnahmenplan (Corrective Action Plan, CAP) fest.

HUGO BOSS verfügt über ein **stabiles Netzwerk von Lieferanten** in verschiedenen Regionen der Welt. Dies ermöglicht es uns, Lieferengpässe und andere Beschaffungsrisiken zu minimieren. Bei der Auswahl der Lieferanten analysieren und berücksichtigen wir die entsprechenden Länderrisiken. Weitere Auswahlkriterien sind Qualität, Preisstruktur und ESG-Compliance sowie die Fähigkeit des Lieferanten, entsprechende Zertifikate nachzuweisen.

Wenn wir eine Geschäftsbeziehung beenden müssen, orientieren wir uns an dem entsprechenden **Factsheet on Responsible Exit**. Wir beenden eine Geschäftsbeziehung nur in begründeten Fällen und mit ausreichender Vorankündigung. So reduzieren wir beispielsweise unser Auftragsvolumen schrittweise, um den Lieferanten Zeit zu geben, neue Kunden zu akquirieren, damit sie ihre Kapazitäten weiterhin voll auslasten und so die Arbeitsplätze ihrer Mitarbeiter sichern können. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Ein Factsheet mit den wichtigsten Informationen über das Lieferkettenmanagement des Unternehmens sowie eine Liste unserer Fertigwaren-, sowie Stoff- und Zutatenlieferanten ist auf unserer Unternehmenswebsite verfügbar. Wir veröffentlichen unsere Lieferantendaten auch auf der Plattform Open Supply Hub, die eine größere Transparenz in der Bekleidungs- und Textilindustrie fördert. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Sustainable Supply Chain Programm (SCS): Social Compliance Management Modul

Der Abschnitt „Supply Chain Sustainability Programm“ im Kapitel „Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit“ bietet eine Einführung in unser Nachhaltigkeitsprogramm für die Lieferkette (SCS) und seine drei Module: Social Compliance, Environmental Management, and Governance. Der Zweck des **Social Compliance Management Moduls** ist es, festzustellen, inwieweit unsere Lieferanten die Standards unseres Supplier Code of Conduct erfüllen. Dieses Modul besteht aus drei Handlungsfeldern: Überwachung, Aufbau von Kapazitäten und Zusammenarbeit. > [Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit](#)

### HANDLUNGSFELDER DES SOCIAL COMPLIANCE MANAGEMENT MODULS



### Überwachen

Um die Einhaltung von Sozialstandards bei unseren Fertigwaren- und Stofflieferanten zu bewerten, wenden wir drei Methoden an: Wir führen Audits durch, lassen unsere Lieferanten Selbstauskünfte ausfüllen und akzeptieren ausgewählte Zertifikate externer Sozialstandards. 2023 verfügten 87% unserer Fertigwarenlieferanten über eine gültige **Leistungsbewertung zur Einhaltung sozialer Standards** (2022: 90% ✓) ✓. Eine Leistungsbewertung ist gültig, wenn in den Kalenderjahren 2021 bis 2023 eine (Folge-)Bewertung durchgeführt wurde.

Bis 2025 will HUGO BOSS **zwei Beschaffungsziele** erreichen: Erstens sollen alle Waren von Fertigwarenlieferanten (einschließlich der eigenen Produktionsstätten) bezogen werden, die die beiden höchsten erreichbaren Sozialverträglichkeitsstufen („gut“ oder „befriedigend“) aufweisen, die durch ein Audit, eine Selbsteinschätzung oder ein Zertifikat eines externen Sozialverträglichkeitsstandards bestätigt wurden. Im Jahr 2023 lag dieser Wert bei 86% (2022: 97% ✓) ✓. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist auf einen vergleichsweise geringeren Anteil an Audits bei Fertigwarenlieferanten und einen höheren Anteil an



neu durchgeführten Selbstbewertungen mit teilweise geringeren Leistungsergebnissen zurückzuführen. Die Zahl basiert auf insgesamt 116 Leistungsbewertungen zur Einhaltung sozialer Standards bei 113 Fertigwarenlieferanten (einschließlich unserer eigenen Produktionsstätten) ✓. Unser zweites Beschaffungsziel besteht darin, 80 % unserer Waren von Fertigwarenlieferanten (einschließlich unserer eigenen Produktionsstätten) mit der höchsten erreichbaren Sozialverträglichkeitsstufe („gut“) zu beziehen, die durch ein Audit, eine Selbstbewertung oder ein Zertifikat eines externen Standards zur Einhaltung sozialer Standards nachgewiesen wird. Dieser Wert lag im Jahr 2023 bei 62 % und damit über dem Vorjahresniveau (52 % im Jahr 2022). Sie basiert auf der gleichen Anzahl von Leistungsbewertungen wie oben erwähnt. > [Anhang, Ausgewählte Sozialdaten](#)

### DAS SOCIAL COMPLIANCE MANAGEMENT MODUL IN ZAHLEN

	✓ 2023	✓ 2022
<b>Gesamtzahl der Lieferanten</b>	<b>576</b>	<b>512</b>
Anzahl der Fertigwarenlieferanten	205	184
Anzahl der Stoff- und Zutatenlieferanten	371	328
<b>Verifizierte Lieferanten insgesamt</b>	<b>374</b>	<b>253</b>
<b>Geprüfte Fertigwarenlieferanten</b>	<b>113</b>	<b>121</b>
Durch Audits	55	87
Durch Selbsteinschätzung	56	18
Durch Zertifikat eines externen Sozialverträglichkeitsstandards	2	0
<b>Geprüfte Stoff- und Zutatenlieferanten</b>	<b>261</b>	<b>132</b>
Durch Audits	10	12
Durch Selbsteinschätzung	251	120
Durch Zertifikat eines externen Sozialverträglichkeitsstandards	0	0

Im Jahr 2023 ging die **Anzahl der Audits** sowohl bei den Fertigwaren- als auch bei den Stoff- und Zutatenlieferanten zurück. Bei der Auswahl der Fertigwaren- und Rohstofflieferanten für die Audits wenden wir einen **risikobasierten Ansatz** an. Das bedeutet, dass Lieferanten mit höheren Risiken häufiger auditiert werden. Unabhängige Auditoren führten im Jahr 2023 62 % der Fertigwarenaudits durch (2022: 82 %), unsere eigenen Auditoren die restlichen 38 % (2022: 18 %). Unangekündigte Audits machen 3 % aller Audits aus. Bei den Audits werden menschenrechtsrelevante Themen wie Kinder- und Zwangsarbeit, Diskriminierung, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, exzessive Arbeitszeiten und Arbeitnehmervertretung untersucht. Teil der Audits ist auch die Befragung der Mitarbeiter der Lieferanten durch die Auditoren. Die Befragten erhalten vorab die Kontaktinformationen unseres **„Speak up Channel“**, falls sie aufgrund ihrer Teilnahme an der Befragung Belästigungen ausgesetzt sind. Sie haben auch die Möglichkeit, Verdachtsmomente oder Beschwerden an die Fair Labor Association (FLA) zu melden. Im Anschluss an das Audit erhalten die auditierten Lieferanten einen detaillierten Ergebnisbericht.

Werden im Rahmen eines Audits **geringfügige Verstöße** gegen den HUGO BOSS Supplier Code of Conduct festgestellt, entwickeln wir anschließend gemeinsam mit dem Lieferanten einen **Korrekturmaßnahmenplan (Corrective Action Plan, CAP)**. Die Umsetzung des CAP wird überwacht und anschließend durch Folgeaudits überprüft. Sind die Verbesserungen unzureichend oder ist der Lieferant zögernd oder unkooperativ, kann HUGO BOSS nach mehreren Überprüfungen und als letztes Mittel die Beziehung zum Lieferanten beenden. Die Audits der Fertigwarenlieferanten im Jahr 2023 führten zu insgesamt 53 CAPs (2022: 85).

Bei den Audits im Jahr 2023 haben wir schwerwiegendere Verstöße gegen den Supplier Code of Conduct festgestellt. Konkret haben wir bei den 55 durchgeführten Audits acht **Verstöße** festgestellt. Die betreffenden Lieferanten werden entweder erneut auditiert oder die Lieferantenbeziehung wird gekündigt. Die Verstöße betrafen insbesondere exzessive Arbeitszeiten sowie ein unzureichendes Social Compliance Management. Zwei weitere Fälle betrafen Vergütungen und Sozialleistungen. Die Umsetzung der daraus resultierenden CAP wird in einem Folgeaudit überprüft. Die Audits ergaben **keine Fälle von schwerwiegenden Verstößen (auch nicht bei Subunternehmern)**, wie z.B. Kinder- oder Zwangsarbeit, bei denen HUGO BOSS keine Toleranz zeigt. HUGO BOSS schreibt auch CAPs für weniger schwerwiegende Fälle vor, die nicht in der Tabelle im Anhang aufgeführt sind. > [Anhang, Ausgewählte Sozialdaten](#)

Neben Audits nutzt HUGO BOSS auch jährliche **Selbsteinschätzungen**, um die Einhaltung der Sozialstandards und Menschenrechte bei Fertigwaren- sowie Stoff- und Zutatenlieferanten zu überprüfen ✓. Alle potenziellen neuen Fertigwaren- und Stoff- und Zutatenlieferanten wurden im Jahr 2023 durch eine Selbstbewertung überprüft ✓. Neun davon wiesen Unregelmäßigkeiten auf, weshalb HUGO BOSS keine Geschäftsbeziehung mit ihnen einging. Mit diesem Ansatz kommen wir unserem Ziel näher, bis zum Jahr 2025 alle Stoff- und Zutatenlieferanten **vollständig** in das Social Compliance Management Modul zu **integrieren**. 2023 lag der Anteil bei 70 % (2022: 33%).

Auf unserer Unternehmenswebsite befinden sich weiterführende Informationen darüber, wie wir Menschenrechtsrisiken erkennen, die Einhaltung von Menschenrechten überwachen und Menschenrechtsverletzungen aufklären. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Aufbau von Kapazitäten

HUGO BOSS bietet allen Lieferanten eine **Schulung** an, in der sie in den Supplier Code of Conduct eingeführt werden. Diese Schulung wurde im Jahr 2023 aktualisiert. Darüber hinaus haben wir uns Zugang zu einer Lernplattform eines Drittanbieters gesichert, die eine große Anzahl von Schulungsmodulen zu Themen wie Arbeitszeiten und faire Arbeitspraktiken enthält. Wir haben die Plattform im Jahr 2023 intern getestet und planen, sie im Laufe des Jahres 2024 unseren Lieferanten zur Verfügung zu stellen. Damit ist es möglich, einem Lieferanten im Rahmen seiner Korrekturmaßnahmen spezifische Schulungsmodul zuzuweisen. Darüber hinaus trägt HUGO BOSS über seine Mitgliedschaft in der internationalen Accord zu Schulungen für Arbeitnehmer bei. Der Accord führt im Rahmen der Korrekturmaßnahmenpläne in Bangladesch und Pakistan Schulungen für Arbeitnehmer zum Thema Arbeitsschutz durch.

Mitarbeiter von HUGO BOSS, beispielsweise im Einkauf, werden regelmäßig in den Modulen **HUGO BOSS Supplier Code of Conduct und Social Compliance Management** geschult, da das Thema Compliance für sie besonders relevant ist. Dadurch werden sie mit den Anforderungen an die Lieferanten vertraut gemacht, um beispielsweise einen Lieferanten bei der Umsetzung seines CAP zu unterstützen.

## Zusammenarbeit

HUGO BOSS ist sich bewusst, dass ein einzelnes Unternehmen, unabhängig von seinem Engagement, nicht alles erreichen kann. Ein systematischer Wandel in der textilen Wertschöpfungskette erfordert die Zusammenarbeit mit Branchenkollegen. Aus diesem Grund sind wir bereits 2015 dem **Bündnis für nachhaltige Textilien** beigetreten. Darüber hinaus ist HUGO BOSS seit 2016 Mitglied des Bangladesch Accord und trat 2021 dessen Nachfolgeorganisation, dem **International Accord for Health and Safety in the Garment and Textile Industry**, bei. Außerdem haben wir uns 2023 dem neuen Pakistan Accord des International Accord angeschlossen.

Das Social Compliance Management Modul des Unternehmens wurde bereits 2018 von der **Fair Labor Association** (FLA), einer Multi-Stakeholder-Initiative, akkreditiert. Die FLA prüft die Einhaltung ihrer Standards auch durch unabhängige Audits. HUGO BOSS nutzt die Ergebnisse der Audits für das eigene Lieferkettenmanagement.

HUGO BOSS engagiert sich in einer Vielzahl von **Initiativen**, um **sinnvolle Veränderungen** in den Beschaffungsländern zu fördern, einschließlich wichtiger Themen wie Gender Empowerment und Gleichberechtigung. Eines der abgeschlossenen Projekte, das 2023 in Tamil Nadu, Indien, stattfand, umfasste eine Reihe von Schulungsprogrammen, die darauf abzielten, das Bewusstsein im Bezug auf Frauen, die in der lokalen Textilindustrie arbeiten zu erhöhen. Darüber hinaus hat HUGO BOSS im Jahr 2022 gemeinsam mit Phulki, einer NGO in Bangladesch, ein Frauencafé eingerichtet. Das Café bietet täglich Schulungen zu den Themen Stärkung der Rolle der Frau, Beschwerdemechanismen und Arbeitsschutz an. Darüber hinaus dient es als Plattform für Frauen, um ihre Meinung zu äußern und Phulki Feedback für laufende Verbesserungen zu geben.

Generell tauscht sich HUGO BOSS kontinuierlich mit seinen Lieferanten in verschiedenen Formaten aus, um sie für relevante Nachhaltigkeitsaspekte zu sensibilisieren. Wir veranstalten regelmäßig einen **Supplier Summit**, eine jährliche Veranstaltung, bei der unsere wichtigsten Lieferanten aus der ganzen Welt zusammenkommen. Es dient als Plattform für den offenen Dialog, die Zusammenarbeit und den Austausch von Best Practices zur Förderung von Nachhaltigkeit, Innovation und ethischen Standards in unserer Lieferkette. Das Treffen spielt eine entscheidende Rolle bei der Stärkung unserer Partnerschaften und der Gewährleistung höchster Qualitätsstandards in unseren weltweiten Betrieben.

## Sustainable Supply Chain Programm (SCS): Governance Module

Bis 2025 will HUGO BOSS alle Waren aus einer transparenten und verantwortungsvollen Lieferkette beziehen. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir das Governance-Modul des SCS-Programms implementiert, das als Mechanismus für unseren Fortschritt dient. Es besteht aus einer Reihe von Bedingungen, die unsere Fertigwarenlieferanten dazu anhält, mehr **Verantwortung für ihre eigene Lieferkette** zu übernehmen. Von allen Lieferanten wird erwartet, dass sie über ein Risikomanagement und eine gute Unternehmensführung verfügen. Die Lieferanten müssen auch Strategien und Richtlinien eingeführt haben, z.B. in Bezug auf soziale und ökologische Themen, und sie müssen sich ihrer Lieferkette bewusst sein, Informationen darüber sammeln und für Transparenz sorgen. Darüber hinaus fragen wir unsere Lieferanten, ob sie über bestimmte ESG-Themen nach anerkannten Standards berichten. Alle Lieferanten sind zudem verpflichtet, **die Standards des HUGO BOSS Supplier Code of Conduct an ihre eigenen Lieferanten zu kommunizieren** und die Einhaltung der Umwelt- und Sozialstandards in ihrer eigenen Lieferkette zu überprüfen. Für Lieferanten, mit denen wir in erheblichem Umfang Geschäfte tätigen, gelten darüber hinaus noch strengere Anforderungen. Wir haben im Jahr 2020 mit der Umsetzung des Governance Moduls begonnen, indem wir alle unsere strategischen Fertigwarenlieferanten überprüft haben. Ende 2023 hatten 64 % unserer Fertigwarenlieferanten einen Fragebogen zur Selbsteinschätzung der Governance (self-assessment questionnaire, SAQ) eingereicht (2022: 47 %). Im Jahr 2022 haben wir das Modul auf unsere Stoff- und Zutatenlieferanten ausgeweitet. 74 % von ihnen hatten Ende 2023 einen SAQ eingereicht (2022: 27 %). In den Fällen, in denen die SAQs Mängel aufzeigten, einigten sich HUGO BOSS und die betreffenden Lieferanten auf ein CAP.

## Faire Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette

Der Abschnitt „Unternehmensführung“ des Kapitels „Governance“ enthält Einzelheiten zu unserer Human Rights Policy und dem Human Rights Statement sowie ganz allgemein zu unserem Engagement für die **Achtung der Menschenrechte und fairen Arbeitsbedingungen** in unserem Unternehmen und in unserer Lieferkette. Unser Managementansatz ist risikobasiert und priorisiert die gravierendsten Risiken. Diese Risiken sind für HUGO BOSS und seine Lieferanten unterschiedlich. Bei unseren Zulieferern priorisieren wir derzeit Risiken in Bezug auf Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Arbeitszeiten und Entlohnung. Im Folgenden beschreiben wir, wie wir eine faire Entlohnung in unserer Lieferkette fördern.

Das Unternehmen respektiert das Recht seiner Mitarbeiter, sich **gewerkschaftlich zu organisieren** und hält regelmäßige Treffen mit Gewerkschaftsvertretern ab. Der Supplier Code of Conduct verlangt von unseren Zulieferern, dass sie die Vereinigungsfreiheit, Tarifverhandlungen und gewerkschaftliche Aktivitäten in ihren Betrieben respektieren. Falls erforderlich, unterstützen wir unsere Zulieferer beim Dialog mit ihren verschiedenen Interessengruppen oder bieten ihnen Schulungsprogramme oder Beratungsdienste an.

### Faire Bezahlung

Eine faire Bezahlung ist ein Menschenrecht, das in unserem Supplier Code of Conduct festgeschrieben ist und somit eine Voraussetzung für eine langfristige Geschäftsbeziehung mit dem Unternehmen darstellt.

HUGO BOSS hat eine wichtige Rolle bei der **Festlegung von Standards für existenzsichernde Löhne in der gesamten textilen Lieferkette** gespielt. In Zusammenarbeit mit der FLA der von dem Bündnis für nachhaltige Textilien initiierten Initiative setzen wir uns aktiv für politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen ein, um das Lohnniveau in den Zielländern zu erhöhen. Im Jahr 2021 hat HUGO BOSS eine Strategie für existenzsichernde Löhne in seiner Lieferkette entwickelt, die sicherstellt, dass die Löhne, die die Mitarbeiter von unseren Zulieferern erhalten, **ihre Grundbedürfnisse** nach Nahrung, Wasser, Wohnung, Bildung, Gesundheitsversorgung, Mobilität und Kleidung für alle Haushaltsmitglieder **abdecken**. Darüber hinaus sollten sie über ein ausreichendes verfügbares Einkommen verfügen, um Geld für unerwartete Ereignisse zu sparen.

Zu diesem Zweck setzt sich HUGO BOSS kontinuierlich mit den **Vergütungspraktiken seiner Lieferanten** auseinander, mit dem Ziel, **die Löhne näher an das oben genannte existenzsichernde Lohnniveau heranzuführen**. Auch im Jahr 2023 haben wir Lohndaten erhoben und die Lohnunterschiede bei unseren Lieferanten analysiert. Das 2022 gestartete Pilotprogramm für existenzsichernde Löhne mit ausgewählten Zulieferern wurde 2023 fortgesetzt. Es konzentriert sich auf Löhne, Sozialleistungen, Arbeitszeiten und Einkaufspraktiken. Auf unserer Unternehmenswebsite finden Sie Einzelheiten zu unseren Zielen, spezifischen Maßnahmen und unserer Vergütungsstrategie sowie eine Analyse der Vergütung in unserer Lieferkette und eine Fallstudie des oben erwähnten Pilotprojekts. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

**Verantwortungsvolle Einkaufspraktiken** spielen eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Löhne bei unseren Lieferanten. Verantwortungsbewusster Einkauf, der in der Einkaufspolitik des Unternehmens festgeschrieben ist, umfasst für HUGO BOSS vertrauensvolle Beziehungen, langfristige Partnerschaften, eine verantwortungsvolle Exit-Strategie, eine gemeinsame Planung und Prognose, einen respektvollen und kontinuierlichen Dialog mit den Lieferanten über die Abwicklung von Bestellungen und die damit verbundenen Zahlungen. Aus diesem Grund werden die Mitarbeiter der Abteilungen Sourcing und Operations verpflichtend zum Thema verantwortungsvolle Beschaffung geschult.



## Betroffene Gemeinschaften

### HUGO BOSS Stiftung

HUGO BOSS engagiert sich seit vielen Jahren in Bereichen wie Bildung, Chancengleichheit und Nothilfe. Im Rahmen unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie haben wir 2023 unseren Ansatz für Corporate Citizenship neu ausgerichtet, um eine noch größere positive Wirkung zu erzielen. Im Mittelpunkt steht die 2022 gegründete **gemeinnützige Stiftung: die HUGO BOSS Stiftung** gGmbH. Die Stiftung, die eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der HUGO BOSS AG ist, hat am 1. Januar 2023 ihre Arbeit aufgenommen.

Mit der HUGO BOSS Stiftung weitet das Unternehmen sein gemeinnütziges Engagement auf neue Partner aus, insbesondere zur **Förderung des Klima- und Umweltschutzes**. Der Fokus liegt dabei auf strategischen Initiativen, also lokalen, regionalen und globalen Projekten, die eine wesentliche Rolle für die Gesundheit und die Stabilität unseres Planeten spielen und in Bereichen wie der Nutzung naturbasierter Materialien, der Minderung von Kohlenstoffemissionen, dem Schutz von Land und Ozeanen und der Bereitstellung von Nothilfe einen bedeutenden Unterschied machen. Unser Ziel ist es, zum Schutz unseres Planeten beizutragen und die Menschen zu unterstützen. Die Stiftung ist einer der Wege, wie HUGO BOSS die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft unterstützt. Dabei orientiert sich das Unternehmen an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs), insbesondere am Klimaschutz.

Die Haupteinnahmequelle der Stiftung ist die Initiative **„Every Purchase Counts“**. Seit 2023 spendet HUGO BOSS 0,05 EUR für jedes an Endkunden weltweit verkaufte Produkt (ausgenommen Lizenzprodukte). Damit unterstützt jeder BOSS und HUGO Kunde die Arbeit der Stiftung. Weitere Mittel stammen aus Spenden von Geschäftspartnern und freiwilligen Mitarbeiterspenden.

Die Mittel beliefen sich im Jahr 2023 auf insgesamt rund 2,7 Mio. EUR. Es wurden bereits zwei Projekte ausgewählt, die mit insgesamt 413 Tausend Euro finanziert wurden: ProNatura Mexiko, die größte Umwelt-NGO des Landes, und Soforthilfe in der Türkei für den Wiederaufbau einer erdbebengeschädigten Berufsschule. Weitere Projekte, die mit den Fördergeldern unterstützt werden sollen, werden noch geprüft.

Auf unserer Unternehmenswebsite befinden sich weitere Informationen zu den Aktivitäten der HUGO BOSS Stiftung, zu unseren Zielen sowie zu unseren weiteren Corporate Citizenship-Initiativen und -Programmen:

> [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Betriebliche Freiwilligenprogramme

HUGO BOSS fördert das ehrenamtliche Engagement seiner Mitarbeiter, indem die Zeit, die sie für ausgewählte Projekte aufwenden, als Arbeitsstunden angerechnet wird. Im Jahr 2023 haben wir in Deutschland ein **Corporate Volunteering Programm** gestartet, in dessen Rahmen 74 Mitarbeiter insgesamt 545 Stunden in ausgewählten Projekten, wie dem Biosphärenschutz mit dem Lifthof Reutlingen oder der Unterstützung der Betroffenen des Hochwassers im Ahrtal mit der Schwabenhilfe Augsburg, ehrenamtlich tätig waren.

545

STUNDEN, DIE FÜR DIE  
FREIWILLIGENARBEIT  
DER MITARBEITER  
VERWENDET WERDEN

IM JAHR 2023

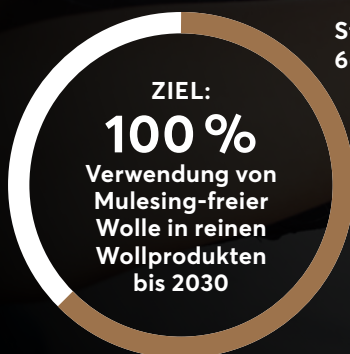
# UNTERNEHMENS- FÜHRUNG

64  
VERANTWORTUNGSVOLLE  
GESCHÄFTSPRAKTIKEN

72  
TIERSCHUTZ

0 FÄLLE  
VON KORRUPTION  
ODER BETRUG

MULESING-FREIE  
WOLLE



Status  
66%

0 FÄLLE  
VON RECHTLICHEN ODER  
REGULATORISCHEN  
VERSTÖSSE IN BEZUG AUF  
DATENSCHUTZ

# Verantwortungsvolle Geschäftspraktiken

## Unternehmensführung

HUGO BOSS misst einer guten und verantwortungsvollen Unternehmensführung einen hohen Stellenwert bei und betrachtet sie als einen wesentlichen Faktor für den langfristigen Unternehmenserfolg. Die **Unternehmensführung orientiert sich** daher an internationalen und nationalen Standards, wie dem **Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK)**. HUGO BOSS veröffentlicht jährlich eine Entsprechenserklärung zum DCGK. Der Geschäftsbericht und der Vergütungsbericht des Unternehmens enthalten weitere Informationen zur Unternehmensführung, zur Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie zu deren Aufgaben und Vergütung. > [Geschäftsbericht 2023, Erklärung zur Unternehmensführung](#)

HUGO BOSS ist in einer Vielzahl von Regionen und Rechtsordnungen geschäftlich tätig. Wir legen großen Wert auf die Einhaltung der jeweiligen Gesetze und Vorschriften. Darüber hinaus sind wir bestrebt, unsere **wertebasierte Unternehmenskultur** tagtäglich mit Leben zu füllen. Unsere Kultur bildet die Grundlage für die Zusammenarbeit und Interaktion mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Aktionären, der Öffentlichkeit und anderen Stakeholdern.

Der **Code of Conduct** ist die Grundlage der Compliance-Bemühungen von HUGO BOSS und verkörpert die grundlegenden Werte und Verhaltensweisen, für die das Unternehmen steht. Der Kodex, der in mehr als 14 Sprachen übersetzt wurde und auf unserer Unternehmenswebsite öffentlich zugänglich ist, bildet einen verbindlichen Rahmen für das Verhalten sämtlicher Mitarbeiter im beruflichen Kontext. Der Kodex regelt den Umgang der Mitarbeiter untereinander, aber auch mit Kunden, Lieferanten und Dienstleistern. Seine Regeln decken eine breite Palette an Themen ab, von denen einige in der nachfolgenden Grafik aufgeführt sind.

### INHALTE DES CODE OF CONDUCT

 <p><b>Inhalte des Code of Conduct</b></p>	Vermeidung von Interessenkonflikten
	Kartellrecht und Anti-Korruption
	Datenschutz
	Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit
	Schutz der Umwelt und der biologischen Vielfalt
	Tierschutz



Der Kodex verpflichtet alle Mitarbeiter von HUGO BOSS ausdrücklich, die international anerkannten **Menschenrechte** zu achten und menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu gewährleisten. Letzteres schließt die Wahrung der körperlichen Sicherheit und der persönlichen Würde ein. Vorsätzliches Fehlverhalten und bewusste Verstöße gegen den Kodex werden nicht geduldet. Die Mitarbeiter erhalten ein Exemplar des Kodex zusammen mit ihrem Arbeitsvertrag. Der Kodex wurde zuletzt im Jahr 2022 überarbeitet und enthält eine Erklärung zu unseren Unternehmenswerten.

Die hohen ethischen, ökologischen und arbeitsrechtlichen Standards innerhalb von HUGO BOSS gelten in selbem Maße für die Lieferkette. Alle Lieferanten müssen den HUGO BOSS **Supplier Code of Conduct** unterzeichnen oder akzeptieren und verpflichten sich, dessen Bestimmungen einzuhalten. Wir überwachen die Einhaltung der Bestimmungen durch eine Vielzahl von Maßnahmen, einschließlich Audits vor Ort.

> **Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette**

Die Achtung der Menschenrechte hat bei HUGO BOSS höchste Priorität und ist fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir tolerieren keinerlei Verstöße, weder innerhalb des Unternehmens noch in unserer Lieferkette. Wir verfügen über eine **Human Rights Policy**, die Standards für Menschenrechte, menschenwürdige Arbeitsbedingungen und international anerkannte Arbeits- und Sozialstandards festlegt. Diese Standards sind für sämtliche Mitarbeiter und Geschäftspartner von HUGO BOSS verbindlich. Die Richtlinie ist auf unserer Unternehmenswebsite öffentlich zugänglich. Darüber hinaus hat HUGO BOSS im März 2023 ein vom Vorstand unterzeichnetes **Human Rights Statement** abgegeben. Die Erklärung, die ebenfalls auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht ist, formuliert unser Bekenntnis zur Einhaltung wichtiger internationaler Standards sowohl für unser eigenes Geschäft als auch entlang unserer Lieferkette. Sie dient dazu, unser Bewusstsein für potenzielle Risiken zu schärfen und unsere Verantwortung in Bezug auf die Menschenrechte darzulegen. Wir überprüfen die Erklärung jährlich, um sicherzustellen, dass sie weiterhin ihren Zweck erfüllt. Sie ist derzeit in fünf Sprachen verfügbar. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Compliance

HUGO BOSS erwartet von allen Mitarbeitern, dass sie sich im Geschäftsalltag rechtlich einwandfrei verhalten. Dazu gehört auch die Vermeidung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten. Zu diesem Zweck verfügt das Unternehmen über ein **Compliance Management System**, dessen Kerninhalte sich unter anderem im Code of Conduct widerspiegeln. Darüber hinaus müssen sich alle Mitarbeiter an die strengen Compliance-Richtlinien des Unternehmens halten.

Compliance ist eine zentrale Leitungsaufgabe des Vorstands und umfasst Maßnahmen, die sicherstellen, dass das gesamte Unternehmen und alle Mitarbeiter die geltenden Gesetze und Vorschriften sowie die Unternehmensrichtlinien und -kodizes vollständig einhalten. Der Vorstand hat die zentrale **Compliance-Abteilung** mit der Umsetzung der entsprechenden Anforderungen beauftragt. Die Abteilung wird vom **Compliance & Human Rights Officer geleitet**, der an den General Counsel berichtet. Dieser nimmt auch die Funktion des **Chief Compliance Officer** wahr und berichtet direkt an den CFO/COO. Die Compliance-Abteilung unterstützt den Vorstand bei der Überwachung der Wirksamkeit unseres Compliance-Management-Systems. Außerdem arbeitet sie eng mit den Compliance-Ansprechpartnern in unseren Tochtergesellschaften zusammen, um die Implementierung und kontinuierliche Optimierung des Systems sicherzustellen. Der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats wird regelmäßig über diese und andere Aktivitäten der Abteilung informiert.

Das **Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz** (LkSG) stellte 2023 ein Schwerpunktthema für unsere Compliance-Abteilung dar. Seit 2023 ist HUGO BOSS verpflichtet, bestimmte menschenrechtliche und ökologische Sorgfaltspflichten im eigenen Geschäftsbetrieb und in der Lieferkette zu erfüllen.

Führungskräfte und Mitarbeiter sind gleichermaßen Teil unserer Compliance-Kultur. Wir fördern daher eine offene Kommunikation über Compliance-Themen. Jeder Mitarbeiter kann sich bei Fragen zu korrektem Verhalten und zur Unterstützung bei compliance-bezogenen Aufgaben an seinen Vorgesetzten oder einen **Compliance Officer in der Tochtergesellschaft oder in der Konzernzentrale** wenden. Darüber hinaus verfügt HUGO BOSS über ein **eLearning-Programm**, das allen Mitarbeitern konzernweit zur Verfügung steht. Es dient dazu, das Bewusstsein für unsere Compliance-Regeln zu stärken. Das Programm enthält Module zu den Themen Anti-Korruption, Datensicherheit, Tierschutz sowie Menschenrechte und ähnliche Themen. Mitarbeiter, die direkten Zugang zu einem Computer haben, müssen das Programm alle 18 Monate absolvieren. Im Jahr 2023 haben 2.169 Mitarbeiter dieses erfolgreich abgeschlossen (2022: 4.100). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr spiegelt vor allem das 18-monatige Schulungsintervall wider, das zu Schwankungen zwischen den Kalenderjahren führt.

HUGO BOSS toleriert keinerlei Diskriminierung. **Anti-Diskriminierung** ist daher ein regelmäßiger Bestandteil unserer Compliance-Schulungen. Dazu gehört auch ein 2022 eingeführtes Anti-Diskriminierungs-E-Learning-Modul. Das Training wird jährlich überprüft und bei Bedarf an die aktuellen geschäftsspezifischen Anforderungen angepasst. Bis Ende 2023 hatten 2.169 Mitarbeiter das eLearning-Modul absolviert.

## Prävention von Korruption, Bestechung und Kartellverstößen

Unsere Verpflichtung zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten schließt die **Verhinderung von Korruption, Bestechung und Kartellverstößen ein**. Verstöße gegen Gesetze und Vorschriften können nicht nur zur Verhängung von Geldstrafen und anderen finanziellen Sanktionen führen, sie können, ebenso wie ethisch zweifelhaftes Verhalten, den Ruf des Unternehmens schädigen. Alle Gruppengesellschaften werden daher periodischen Risikoanalysen und gegebenenfalls detaillierten Audits unterzogen. Diese Analysen haben ergeben, dass die Beschaffung von Produktions- und Nicht-produktionsmaterialien das größte Korruptionsrisiko darstellt. HUGO BOSS überprüft daher regelmäßig und ad hoc die relevanten Bereiche auf potenzielle Schwachstellen.

Bei Verdachtsfällen von Korruption, Bestechung oder Kartellrechtsverstößen informiert der Compliance & Human Rights Officer den Vorstand und den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats.

Bereits im Jahr 2020 stellte die dänische Wettbewerbsbehörde einen kartellrechtlichen Verstoß hinsichtlich einer vermeintlichen Informationsweitergabe mit Blick auf Preise und Mengen von HUGO BOSS an lokale Handelspartner fest. HUGO BOSS hat hierzu eine gegenläufige Auffassung und legte dementsprechend Beschwerde beim zuständigen Beschwerdeausschuss ein, die jedoch 2021 mit drei zu zwei Richterstimmen abgewiesen wurde. Um weiter alle Rechte zu wahren und aufgrund der knappen Entscheidung des Beschwerdeausschusses macht HUGO BOSS derzeit seine Rechte beim „Danish Maritime and Commercial High Court“ geltend. Nach dem Beginn des schriftlichen Vorverfahrens im Jahr 2022 hörte das Gericht im Jahr 2023 Sachverständige zur Beurteilung der Sachlage an. Während eine mündliche Verhandlung voraussichtlich in der ersten Hälfte des Jahres 2024 stattfinden wird, ist mit einer endgültigen Entscheidung in diesem Fall nicht vor Ende 2024 zu rechnen. Ein Bußgeld wurde bisher nicht verhängt.

Im Berichtsjahr wurden, wie auch im Vorjahr, **keine Verstöße** im Sinne von Rechtsverstößen durch Korruption, Bestechung oder von Behörden oder Gerichten festgestellte Kartellfälle im Unternehmen festgestellt. ✓✓

## Speak Up Channel

HUGO BOSS ermutigt seine Mitarbeiter, die Mitarbeiter seiner Lieferanten sowie Dritte, vermutete **Compliance-Verstöße** oder Missstände zu melden. Sie können unser **Online-Whistleblowing-Portal** nutzen oder sich an eine externe Ombudsperson wenden, beides vertraulich und auf Wunsch auch anonym. Alternativ können sich HUGO BOSS Mitarbeiter auch an ihren Vorgesetzten oder an einen Compliance Officer in den Tochtergesellschaften oder in der Konzernzentrale wenden. Für Mitarbeiter in den USA gibt es eine spezielle Whistleblower-Hotline. Die verschiedenen Meldewege für vermutete Compliance-Verstöße und Beschwerden sind in unserem Intranet und auf unserer Unternehmenswebsite einsehbar. Dort findet sich auch die **HUGO BOSS Whistleblowing Policy**, in der die Beschwerdemechanismen des Unternehmens detailliert beschrieben sind, einschließlich der zu ergreifenden Maßnahmen, wenn ein vermuteter Compliance-Verstoß oder ein Missstand gemeldet wird. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Anfang 2024 werden wir unser Online-Meldeportal umgestalten und den HUGO BOSS „**Speak Up Channel**“ einrichten. Wie unser bisheriges Portal kann er von jedem genutzt werden, der einen vermuteten Verstoß oder einen Missstand melden möchte: unseren Mitarbeitern, den Mitarbeitern unserer Lieferanten, Kunden und allen anderen. Der Kanal ist in über **50 Sprachen** verfügbar und weltweit über eine gebührenfreie Hotline erreichbar. HUGO BOSS führt jährlich oder anlassbezogen eine Evaluierung der **Effizienz** des Whistleblowing-Kanals durch und stellt sicher, dass die Whistleblowing Policy aktuell und für den beabsichtigten Zweck geeignet ist. In diesem Prozess berücksichtigen wir stets Vorschläge von internen und externen Stakeholdern. Interessierte können sich auf unserer Unternehmenswebsite umfassend über das Beschwerdemanagement informieren. Der Vorstand wird regelmäßig über Compliance-Fälle informiert, die für den Konzern besonders relevant sind und in der Whistleblower Policy definiert werden. Im Jahr 2023 gab es drei solcher Fälle, in denen die Compliance-Abteilung aktiv wurde.

**50**  
**SPRACHEN, IN**  
**DENEN „SPEAK**  
**UP CHANNEL“**  
**VERFÜGBAR IST**

HUGO BOSS toleriert keine Diskriminierung. Daher fordert das Unternehmen seine Mitarbeiter auf, einen der oben genannten Kanäle zu nutzen, um einen Fall zu melden. Im Jahr 2023 wurden HUGO BOSS 16 Fälle von Diskriminierung gemeldet (2022: 20 ✓). Fünf Vorfälle betrafen davon Frauen und elf Männer. Zum Jahresende 2023 waren in 13 der Fälle Korrekturmaßnahmen eingeleitet und abgeschlossen, die übrigen drei Fälle sind noch nicht abgeschlossen. ✓

HUGO BOSS ist bestrebt, seiner ökologischen und sozialen Verantwortung auch in der **Lieferkette gerecht zu werden**. Daher ermutigt HUGO BOSS insbesondere die Mitarbeiter seiner Zulieferer und Dritte, mutmaßliche Verstöße gegen Umweltgesetze, Arbeitsnormen und insbesondere gegen die Menschenrechte in der Lieferkette des Unternehmens zu melden. Dazu können sie einen der oben genannten Mechanismen, einschließlich des „Speak Up Channel“ und der externen Ombudsperson, vertraulich und, falls gewünscht, anonym nutzen. Sie können ihre Verdachtsmomente oder Beschwerden auch an die Fair Labor Association melden. HUGO BOSS verfügt über einen **strukturierten, klar definierten Prozess** zur sorgfältigen Prüfung und Bearbeitung von Meldungen in Bezug auf Lieferanten. Erhärtet sich der Verdacht auf einen Verstoß, erarbeitet HUGO BOSS gemeinsam mit dem Lieferanten einen **Korrekturplan (CAP)**, um Abhilfe zu schaffen.

> **Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette**

## BESCHWERDEFÄLLE IN DER LIEFERKETTE IM JAHR 2023

Land	Sektorales Risiko	Status
Bangladesch	Diskriminierung und Belästigung	In Arbeit
Bangladesch	Diskriminierung und Belästigung	In Arbeit
Australien	Arbeitsbedingungen	Geschlossen
China	Zahlung/Gesetzliche Leistungen	Geschlossen
China	Arbeitsbedingungen	Geschlossen
Indien	Diskriminierung	Geschlossen
Nordmazedonien	Zusätzliche Stunden	Geschlossen
Türkei	Zusätzliche Stunden	Geschlossen
Vietnam	Unbekannt <sup>1</sup>	Geschlossen

<sup>1</sup> Auf die Anfrage zu diesem Fall gingen keine weiteren Rückmeldungen ein, so dass er zu gegebener Zeit geschlossen wurde.

## Ethisch korrekte Zahlung von Unternehmenssteuern

Zum Verständnis von Unternehmensführung bei HUGO BOSS gehört die ethisch korrekte Zahlung von Unternehmenssteuern. Dies ist von grundlegender Bedeutung für die Wahrung unserer Reputation bei unseren Mitarbeitern, Kunden und anderen Stakeholdern. Die **umfassende Steuerstrategie** des Unternehmens ist auf der Unternehmenswebsite zu finden. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Datenschutz und Informationssicherheit

HUGO BOSS nimmt seine Sorgfaltspflicht im **Umgang mit personenbezogenen Daten** sehr ernst. Das Unternehmen hat eine **interne Datenschutzorganisation** eingerichtet, um die strengen Anforderungen der EU-Datenschutzgrundverordnung und der nationalen Datenschutzgesetze außerhalb der EU erfüllen zu können. Der Vorstand von HUGO BOSS verpflichtet sich, alle geltenden Datenschutzgesetze einzuhalten. Kunden- und Mitarbeiterdaten haben für uns einen hohen Stellenwert, aber auch der Schutz der personenbezogenen Daten unserer Geschäftspartner und Aktionäre ist uns wichtig. > [Geschäftsbericht 2023, Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange](#)

Datenschutzverletzungen stellen immer ein Risiko für die betroffenen Personen dar. Ebenso stellen sie ein erhebliches Compliance-Risiko dar, das sich für HUGO BOSS finanziell nachteilig auswirken kann, sowie potenzielle Reputationsrisiken birgt. Unsere Datenschutzpolitik und andere Richtlinien begegnen diesen Risiken, indem sie klare Vorgaben für den Umgang mit personenbezogenen Daten festlegen. Darüber hinaus haben wir geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zur Risikominderung getroffen. Die **Datenschutzrichtlinie** sowie die **Datenschutzrichtlinien für unser eigenes Onlinegeschäft** und unser Kundenbindungsprogramm sind online verfügbar. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

HUGO BOSS legt besonderen Wert auf die **Wahrung der Rechte aller Betroffenen**. So erhalten sämtliche Personen, deren Daten wir verwenden, klare Datenschutzzinformationen über Zweck und Umfang der Datenverarbeitung. HUGO BOSS verpflichtet sich zudem, den Rechten der Betroffenen auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Widerspruch, Datenübertragbarkeit und Einschränkung der Verarbeitung zeitnah nachzukommen.

HUGO BOSS prüft und bearbeitet Beschwerden und potenzielle Datenschutzvorfälle im Rahmen seiner **Data Breach Complaint Policy**. Im Jahr 2023 waren dem Unternehmen, wie auch im Vorjahr, keine behördlich festgestellten oder gerichtlich anhängigen Datenschutzverstöße, Verletzungen der Privatsphäre von Kunden und Verluste von Kundendaten bekannt ✓✓.

In einer zunehmend digitalen Welt wächst die Bedeutung einer verlässlichen Informationssicherheitsstrategie. HUGO BOSS verfügt daher über ein **Informationssicherheits- und -analysesystem**, das Daten in Echtzeit sammelt und auswertet. Dies ermöglicht es uns, mögliche Vorfälle, Datenverluste und Angriffe vorherzusehen und so die Informationssicherheit konzernweit zu verbessern. Darüber hinaus hat HUGO BOSS ein externes **Security Operation Center Team** beauftragt, die IT-Systeme jederzeit zu überwachen und so eine lückenlose Systemsicherheit zu gewährleisten. Im Jahr 2023 hatte das Unternehmen keine Ausfälle aufgrund von **Cyberattacken**. Anfang 2023 erneuerte HUGO BOSS seine **ISO 27001**-Zertifizierung, die die Kriterien für die Einrichtung, Umsetzung, Aufrechterhaltung und kontinuierliche Verbesserung eines Informationssicherheitsmanagementsystems festlegt. Diese Zertifizierung bestätigt, dass HUGO BOSS robuste Maßnahmen zum Schutz der Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit von Informationswerten, einschließlich Kunden- und Mitarbeiterdaten, implementiert hat.

## Dialogorientierte Unternehmenskultur

Als global agierendes Unternehmen steht HUGO BOSS am Schnittpunkt unterschiedlicher Interessen und gegensätzlicher Standpunkte. Wir müssen daher unser Handeln ständig anpassen, um den wirtschaftlichen Erfolg mit den Interessen von Gesellschaft und Umwelt in Einklang zu bringen und einen **Mehrwert für sämtliche Stakeholder zu schaffen**. Zu diesem Zweck führen wir einen **systematischen Dialog** mit den relevanten Stakeholdern. Basierend auf einer Stakeholder-Analyse nach dem Standard AA 1000 SES nutzt HUGO BOSS eine Reihe von standardisierten Formaten und Ansätzen für die Stakeholder-Kommunikation, darunter unsere Unternehmenswebsite, den Nachhaltigkeitsbericht, relevante soziale Medien und die jährliche Stakeholder-Dialog-Veranstaltung.

### FORMATE UND ANSÄTZE FÜR DIE STAKEHOLDER-KOMMUNIKATION

<b>Kunden</b>	Kundenservice (per Telefon oder E-Mail), Kundenbefragungen (auch zu Nachhaltigkeitsthemen), Online-Store, Kunden-Newsletter und Mailings, soziale Medien, direkter Kontakt an den Outlets, Kundenveranstaltungen, Fashion Shows
<b>Aktionäre und Finanzwelt</b>	Kapitalmarkttag, Analystenkonferenzen, Roadshows und Konferenzen, Telefonkonferenzen, Geschäftsberichte, Quartalsberichte, Pressemitteilungen, Hauptversammlungen, persönliche Gespräche
<b>(Potenzielle) Mitarbeiter</b>	Intranet, Mitarbeiter-Newsletter und Informations-E-Mails, Social Media, Nachhaltigkeitsveranstaltungen und -dialoge, Mitarbeiterbefragungen (z. B. zur Mitarbeiterzufriedenheit), Mitarbeiterbeteiligung durch Ideenplattformen, Kooperationen mit Hochschulen, Schulungen
<b>Partner</b>	Workshops, Audits, Vendor Days, persönliche Gespräche, Roundtables, Zusammenarbeit und Kooperationen zu bestimmten Themen, Schulungen
<b>Politik und Verwaltung</b>	Berichte zu spezifischen Themen, Pressemitteilungen, Roundtables, Zusammenarbeit zu ausgewählten Themen, Konsultationsprozesse
<b>NGOs und Gewerkschaften</b>	Einzelanfragen, persönliche Gespräche, themenspezifische Diskussionen, Teilnahme an Umfragen, Pressemitteilungen, Roundtables, Mitgliedschaften, Mitarbeit an bestimmten Themen
<b>Wissenschaft und Forschung</b>	Jahresberichte, Unternehmensbesuche, Beratung, Dialogveranstaltungen, Roundtables, Gastvorträge, Forschungsprojekte, Zusammenarbeit und Kooperation zu bestimmten Themen
<b>Andere Interessengruppen</b>	Jahresberichte, Pressemitteilungen, direkter Kontakt (E-Mails, persönliche Treffen, Telefonate), Roundtables, Zusammenarbeit zu bestimmten Themen

Auch im Jahr 2023 hat HUGO BOSS die Ergebnisse der letzten **Stakeholder-Dialog-Veranstaltungen** genutzt, um seinen Ansatz zu schärfen und damit die Einbindung der Stakeholder weiter zu verbessern. Ziel ist es, einen **kontinuierlichen Dialog** und eine stärkere Einbindung der Stakeholder zu gewährleisten und eine noch größere Vielfalt an Stakeholdergruppen zu erreichen. Ein wichtiges Ereignis im Jahr 2023 war unser jährlicher **Stakeholder-Dialog**, den wir in unserer Hauptverwaltung in Metzingen (Deutschland) veranstalteten. Wir luden Lieferanten, Wettbewerber, Experten aus der Modebranche sowie Kapitalmarktteilnehmer ein, um Einblicke in unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie zu erhalten und gemeinsam Herausforderungen und Chancen im Bereich der Kreislaufwirtschaft zu diskutieren.

Für unsere dialogorientierte Unternehmenskultur sind unsere Mitarbeiter unverzichtbar. Mit einer Reihe von **internen Dialogformaten** unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, Nachhaltigkeit noch stärker zu verinnerlichen. So informiert der Nachhaltigkeitskanal in unserem Intranet regelmäßig über aktuelle Nachhaltigkeitsthemen bei HUGO BOSS. Darüber hinaus bieten wir unseren Mitarbeitern zahlreiche **Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit** an, die teilweise verpflichtend sind. Auch im Jahr 2023 hat HUGO BOSS verschiedene **interaktive Dialogformate und Veranstaltungen** durchgeführt, bei denen sich die Mitarbeiter aktiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen konnten. Ein Beispiel war der **Nachhaltigkeitstag 2023** in unserer Hauptverwaltung. Es gab mehrere Deep-Dive-Sessions zu unseren fünf strategischen Nachhaltigkeitssäulen sowie eine Podiumsdiskussion mit dem Top-Management, darunter unser CEO, an der alle Mitarbeiter virtuell teilnehmen konnten.

2023 hat HUGO BOSS durch verstärkte Trainingsinitiativen das Bewusstsein und das Wissen der Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsthemen deutlich intensiviert. Insgesamt wurden 41.812 Stunden (2022: 17.601) für Schulungen aufgewendet, um unsere Mitarbeiter mit den notwendigen Fähigkeiten und Kenntnissen auszustatten, damit sie zu unseren Nachhaltigkeitszielen beitragen können. Die Themen umfassten Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Berufsausbildung, Mitarbeiterentwicklung, Compliance, IT-Sicherheit und Nachhaltigkeitsaspekte unserer Produkte und unserer Lieferkette. Dieses gestiegene Bewusstsein führt zu einer stärkeren Sensibilisierung für den Ressourcenschutz, einschließlich Maßnahmen zur Energie- und Wassereinsparung sowie zur Abfallvermeidung. Um Mitarbeiter mit Beschaffungsverantwortung zu unterstützen, bietet die HUGO BOSS University spezielle Trainings zu nachhaltigen Rohmaterialien an. Diese umfassen verschiedene Themen, darunter regenerative Landwirtschaft sowie die Verwendung von Mulesing-freier Wolle und zertifizierter Daunen. Das Ziel ist es, das Wissen und das Verständnis der Mitarbeiter für nachhaltige Beschaffungspraktiken zu verbessern, damit sie fundierte Entscheidungen treffen können und zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie beitragen können.

**41.812****SCHULUNGS-  
STUNDEN ZUM  
THEMA NACH-  
HALTIGKEIT****2023**

Unter dem Titel **„Sustainability Masterclass“** initiierte HUGO BOSS im Jahr 2023 ein Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit der XU School of Sustainability und ClimatePartner. In diesem zweimonatigen Projekt bauten 30 Mitarbeiter durch Online-Lernformate und Präsenzveranstaltungen Wissen zu relevanten Klimaschutzthemen auf. In den Kursen wurden die Teilnehmer zu verschiedenen Klimathemen wie „Ökologische Nachhaltigkeit“, „Nachhaltigkeit in der Wirtschaft“ und „Klimastrategien“ geschult. Nach erfolgreichem Abschluss erklärten sich einige der Teilnehmer bereit, als **interne Nachhaltigkeitsbotschafter** bei HUGO BOSS mitzuwirken und gemeinsam nach Wegen zu suchen, um das Unternehmen noch nachhaltiger zu machen, auch indem sie das gewonnene Bewusstsein und Wissen mit Kollegen teilen.

Wie in den Vorjahren spielten die **Betriebsversammlungen** an den Standorten Metzingen (Deutschland), Coldrerio (Schweiz) und Izmir (Türkei) eine wichtige Rolle für den **Dialog im Unternehmen**. Darüber hinaus haben wir unseren Mitarbeitern bei internen Veranstaltungen wie Townhall-Meetings oder über die Mitarbeiter-App My HUGO BOSS die Möglichkeit gegeben, sich direkt mit dem Vorstand auszutauschen.

Weitere Informationen zu unserem Stakeholder-Engagement und unserer Zusammenarbeit bei HUGO BOSS sind auf unserer Unternehmenswebsite verfügbar. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Bekenntnis zu mehr Nachhaltigkeit

HUGO BOSS hat sein Engagement für Nachhaltigkeit im Jahr 2023 verstärkt und **in Collateral Good Ventures Fashion I investiert**, einen Risikokapitalfonds, der sich auf die Förderung der Nachhaltigkeit in der Modeindustrie konzentriert. Der Fonds wird den Beitrag von HUGO BOSS nutzen, um Start-ups und Unternehmen zu unterstützen, die innovative Lösungen im Bereich Nachhaltigkeit entwickeln, wie beispielsweise Upcycling, Vermeidung von Mikrofasern sowie Reparatur- und Pflegelösungen. HUGO BOSS wird rund 10 % des angestrebten Gesamtvolumens des Fonds von 100 Mio. EUR beisteuern.



## Deutsches Lieferkettengesetz

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) ist für HUGO BOSS am 1. Januar 2023 in Kraft getreten. Das Gesetz erweitert die Pflichten deutscher Unternehmen zum **Risikomanagement** in ihrer Lieferkette erheblich. Der **Vorstand von HUGO BOSS** trägt die Gesamtverantwortung dafür, dass das Unternehmen die Vorgaben des Gesetzes einhält. Die Achtung der Menschenrechte hat für HUGO BOSS höchste Priorität und ist fester Bestandteil des Kerns unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Auch von unseren Partnern und Lieferanten erwarten wir die Einhaltung international anerkannter Menschenrechtsstandards bei allen Geschäftsaktivitäten in ihrem Einflussbereich. Ab 2024 muss HUGO BOSS dem Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) jährlich über die Einhaltung des deutschen Lieferkettengesetzes berichten.

Grundlage für ein **angemessenes und effektives Risikomanagement** und damit für die vollständige Einhaltung des Lieferkettengesetzes durch HUGO BOSS ist die systematische Identifizierung von Menschenrechts- und Umweltrisiken im Unternehmen und entlang der Lieferkette. Zu diesem Zweck führen wir regelmäßig **Menschenrechts- und Umweltrisikoplanungen** durch. Die Gesamtverantwortung für diese Analysen liegt bei der Compliance-Abteilung, obgleich sie von verschiedenen anderen operativen Teams durchgeführt werden. In den Analysen wird untersucht, wie sich unsere Geschäftsaktivitäten auf die Menschen- und Arbeitsrechte verschiedener Personen, z. B. unserer Mitarbeiter und Lieferanten, auswirken könnten. Unser Ansatz ist risikobasiert und priorisiert die schwerwiegendsten Risiken. Die Risiken in unserem eigenen Unternehmen unterscheiden sich von denen unserer Zulieferer. Bei unseren Zulieferern zum Beispiel priorisieren wir derzeit Risiken in Bezug auf angemessene Löhne, Arbeitszeiten, Arbeitssicherheit, Vereinigungsfreiheit und Antidiskriminierung. Aus der Risikoanalyse ergibt sich für jeden Lieferanten ein Bruttoisiko. Falls erforderlich,

kann ein Lieferant aufgefordert werden, einen **Korrekturmaßnahmenplan (Corrective Action Plan, CAP)** zu erstellen, um die Mängel zu beheben. Wir bewerten dann die Umsetzung der CAPs und weisen jedem Lieferanten auf dieser Grundlage ein Nettorisiko zu. Wir haben bereits damit begonnen, unsere indirekten Zulieferer in unsere Risikoanalyse einzubeziehen und führen Audits vor Ort durch.

Die politischen, sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen entwickeln sich ständig weiter. Daher führen wir mindestens einmal im Jahr eine Risikoanalyse zum Thema Menschenrechte durch und **überprüfen laufend die Wirksamkeit** unserer Präventionsmaßnahmen und CAPs. Auch unsere Human Rights Statement und unsere Whistleblower-Kanäle überprüfen wir jährlich und passen sie gegebenenfalls an. Das Gleiche gilt für unsere Überwachungsprozesse und unsere Kommunikation.

Der Menschenrechtsbeauftragte informiert den **Vorstand** regelmäßig, mindestens jedoch zweimal jährlich, über die Ergebnisse der menschenrechtlichen Risikoanalyse und die daraus resultierenden Risikomanagementmaßnahmen, einschließlich der CAPs. Bei schwerwiegenden Verstößen wird der Vorstand unverzüglich informiert. Auch der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats wird regelmäßig informiert.

HUGO BOSS ergreift proaktiv Maßnahmen, um **Menschenrechtsverletzungen und Risiken in seiner Lieferkette zu vermeiden**. Vor Aufnahme einer Geschäftsbeziehung müssen die Lieferanten den HUGO BOSS Supplier Code of Conduct unterzeichnen und einhalten. Die Einhaltung wird regelmäßig überprüft, wobei die Art und Weise der Überprüfung auf den jeweiligen Lieferanten zugeschnitten ist. Um Risiken in der vorgelagerten Lieferkette anzugehen, sind die Lieferanten verpflichtet, den Verhaltenskodex an ihre eigenen Lieferanten weiterzugeben und die Einhaltung zu überwachen. Die Zulieferer durchlaufen eine Einführungsschulung und führen jährliche Selbstbewertungen durch, um individuelle Risiken zu ermitteln. Interne und unabhängige Prüfer führen Audits durch, um die Einhaltung des Kodex zu gewährleisten. > **Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette**

Falls präventive Maßnahmen nicht ausreichend sind, verfügt HUGO BOSS über einen umfangreichen **Katalog von Abhilfemaßnahmen**. Ziel dieser Maßnahmen ist es letztlich, Verstöße zu unterbinden. Wir unterstützen die Lieferanten bei der Umsetzung der Maßnahmen. Verweigern Lieferanten die Umsetzung von Abhilfemaßnahmen oder setzen sie diese nur zögerlich um, drohen ihnen Sanktionen oder die Beendigung der Geschäftsbeziehung. Im Jahr 2023 wurden keine Geschäftsbeziehungen wegen eines Verstoßes gegen den Supplier Code of Conduct beendet. Sollte es dennoch zu einem Verstoß kommen, gibt es umfassende Beschwerdemechanismen, die genutzt werden können, zum Beispiel unsere Whistleblower-Kanäle.

Im Jahr 2023 hat HUGO BOSS weitreichende Maßnahmen ergriffen, um seine **Beschaffungspraktiken** noch verantwortungsvoller zu gestalten. Ziel ist es, unsere Bedürfnisse und die unserer Lieferanten zu berücksichtigen und mit ihnen faire und für beide Seiten vorteilhafte Partnerschaften zu schließen. Außerdem haben wir weiterhin an branchenspezifischen und branchenübergreifenden Initiativen beteiligt.

## Tierschutz

HUGO BOSS ist sich seiner **Verantwortung für den Tierschutz** bewusst und lehnt Tierversuche sowie nicht artgerechte Tierhaltung und -aufzucht ab. Das Unternehmen hält sich strikt an die weltweit anerkannten Regeln zum Tierschutz und zum Schutz der Biodiversität. Mit der **HUGO BOSS Animal Welfare Policy** bekennt sich das Unternehmen zu den fünf Freiheiten der Weltorganisation für Tiergesundheit. Im Jahr 2024 werden wir die





Richtlinie aktualisieren und das Fünf-Domänen-Modell berücksichtigen. Insgesamt stehen wir in einem intensiven Dialog mit Tierschutzorganisationen wie FOUR PAWS und PETA, um den Tierschutz in der gesamten Wertschöpfungskette zu fördern.

In den Kollektionen von HUGO BOSS werden **weder Zuchtpelze noch Angorawolle verwendet**. Außerdem verwenden wir Leder und Felle von Schafen, Ziegen, Kühen und Büffeln, die ausschließlich als Nebenprodukte der Lebensmittelindustrie anfallen. Für unsere Produkte werden **keine exotischen Ledersorten** verwendet. Das Wool Commitment und die Animal

Welfare Policy von HUGO BOSS legen Richtlinien fest, um die negativen Auswirkungen auf die Tiere während des Wollproduktionsprozesses zu minimieren. Die Richtlinie beinhaltet Anforderungen wie artgerechte Tierhaltung, schonende Schur der Tiere und die Vermeidung von Mulesing-Verfahren. Wir haben erhebliche Fortschritte bei der Sicherstellung der ethischen Beschaffung unserer Wollprodukte gemacht. Derzeit werden **100 % unserer reinen Wollstrickprodukte** ausschließlich aus **Mulesing-freier Wolle** hergestellt. Dies ist das Ergebnis unseres Engagements für den Tierschutz und verantwortungsvolle Beschaffungspraktiken. Unser Ziel ist es jedoch, diesen Beschaffungsstandard bis 2030 auf **alle unsere 100%igen Wollprodukte auszuweiten**. Um unser Engagement weiter zu unterstreichen, haben wir eine Absichtserklärung mit FOUR PAWS unterzeichnet, die unsere gemeinsame Vision für eine Mulesing-freie Beschaffung verdeutlicht. Im Jahr 2023 enthielten 66 % unserer reinen Wollprodukte Mulesing-freie Wolle (2022: 43 %).

HUGO BOSS ist bestrebt, den Anteil an **Wolle aus rückverfolgbarer Herkunft** zu erhöhen. Diese Wolle erfüllt zertifizierte Standards, die hohe Tierschutzanforderungen erfüllen. Ein solcher Standard, ZQRX, ist ein regenerativer Standard, der garantiert, dass die Wolle von Landwirten stammt, die das Wohlbefinden der am Produktionsprozess beteiligten Tiere in den Vordergrund stellen. Darüber hinaus kaufen wir regelmäßig Wolle, die nach dem Responsible Wool Standard (RWS) zertifiziert ist, einem weltweit anerkannten Standard, der das Wohlergehen der Schafe und die Nachhaltigkeit ihrer Weideflächen in den Vordergrund stellt. Er legt strenge Richtlinien für das Management und die Behandlung von Schafen fest und fördert verantwortungsvolle landwirtschaftliche Praktiken, das Wohlergehen der Tiere und die Verantwortung für die Umwelt.

Die Verwendung von **Daunen** für Steppjacken und andere Kleidungsstücke birgt häufig Risiken für den Tierschutz, die HUGO BOSS nicht toleriert. Seit 2016 verwendet das Unternehmen daher nur noch Daunen, die weder durch Lebendrupf noch in Verbindung mit Zwangsfütterung gewonnen werden. Seit 2021 sind die Daunen in all unseren Produkten durch das Gütesiegel Downpass zertifiziert.

Weitere Informationen über das **Engagement** unseres Unternehmens **für den Tierschutz** befinden sich auf unserer Unternehmenswebsite. > [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

# ANHANG

**75**  
WESENTLICHKEITS-  
ANALYSE

**77**  
ESG-ZIELE UND  
-ERFOLGE

**79**  
NACHHALTIGKEITS-  
DATEN

**92**  
ESG-RATINGS UND  
-RANKINGS

**94**  
GRI-INHALTSINDEX

**103**  
VERMERK DES UNAB-  
HÄNGIGEN WIRT-  
SCHAFTSPRÜFERS  
ÜBER EINE BETRIEBS-  
WIRTSCHAFTLICHE  
PRÜFUNG ZUR ERLAN-  
GUNG BEGRENZTER  
SICHERHEIT

**106**  
LISTE DER ABKÜRZUNGEN

**108**  
KONTAKTE &  
RECHTLICHER HINWEIS

# WESENTLICHKEITS- ANALYSE

HUGO BOSS analysiert regelmäßig seine **nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen**, um diejenigen zu ermitteln, die **wesentlich** sind und somit im Fokus der Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung stehen. Die Wesentlichkeitsanalyse wurde zuletzt im Jahr 2019 vollständig aktualisiert, wird aber jährlich überprüft, um ihre Relevanz und Gültigkeit für das laufende Jahr sicherzustellen. Bei der Überprüfung werden die Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und das deutsche Gesetz zur Umsetzung der sozialen Verantwortung von Unternehmen (CSR-RUG) berücksichtigt.

Im Jahr 2022 führten wir eine detaillierte **Aktualisierung der Analyse** durch, um sicherzustellen, dass die für HUGO BOSS relevanten Themen als wesentlich eingestuft wurden. Die Analyse wurde durch mehrere Quellen gestützt, darunter unsere Naturkapitalbewertung, Anfragen von externen Stakeholdern (wie Kunden, NGOs und Investoren), Nachhaltigkeitsratings, Änderungen im regulatorischen und rechtlichen Umfeld, wissenschaftliche Veröffentlichungen sowie Medienberichte. Basierend auf unserem umfangreichen Wissen über die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen von HUGO BOSS wurden diese Informationen auf wiederkehrende Einflüsse hin ausgewertet und anschließend nach Themen aufgeschlüsselt. Diese Ergebnisse verglichen wir mit den Nachhaltigkeitsthemen des Vorjahres und passten diese gegebenenfalls an. Eine interne Expertengruppe bewertete die relative Bedeutung der Auswirkungen, diskutierte die Ergebnisse mit den betroffenen Abteilungen und erstellte eine Themenliste. Das Sustainability Committee von HUGO BOSS prüfte die Liste und verabschiedete anschließend die **Liste der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen**. Diese dient als Leitfaden für die Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und Nachhaltigkeitsberichterstattung und ist integraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber externen Stakeholdern.

Im Jahr 2023 **überprüften** wir erneut unsere **Wesentlichkeitsanalyse** gemäß dem GRI-Standard 2021 und konnten feststellen, dass sie weiterhin gültig und aktuell ist. Eine interne Expertengruppe untersuchte die tatsächlichen und potenziellen positiven und negativen Auswirkungen von HUGO BOSS auf Wirtschaft, Umwelt und Menschen entlang der Wertschöpfungskette sowie die Relevanz der Geschäftstätigkeit. Sie bestätigte, dass die bestehenden Kernthemen des Unternehmens **weiterhin gültig** sind.

Die wesentlichen Themen von HUGO BOSS nach GRI und damit die Schwerpunkte dieses Berichts werden im Folgenden in absteigender Reihenfolge der Wesentlichkeit dargestellt.

Wesentliches Thema	Potenzielle Auswirkungen
 <b>Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz in der Produktion (inkl. eigener Produktion)</b>	Bezug von Waren aus Ländern mit unzureichenden Arbeitsschutzstandards Verbesserung der Arbeitsbedingungen durch ein eigenes Sustainable Supply Chain Management Programm und Engagement in Multi-Stakeholder-Initiativen Reduktion kritischer Arbeitsprozesse durch Digitalisierung/Automatisierung der Produktion
 <b>Menschenrechte und Arbeitsstandards in der Produktion (inkl. eigener Produktion)</b>	Bezug von Waren aus Ländern mit unzureichenden Arbeits- und Menschenrechtsstandards Intransparente Beschaffungsprozesse führen zu erhöhtem Druck auf die Lieferanten und damit zu negativen Auswirkungen auf die Arbeiter Die Beteiligung an Multi-Stakeholder-Initiativen und die Sensibilisierung innerhalb der Lieferkette durch Audits und Schulungen verbessern die Arbeitsbedingungen
 <b>Klimaschutz in der Produktion (inkl. eigener Produktion)</b>	Energieintensive Produktionsprozesse in der Lieferkette verursachen Treibhausgasemissionen Verstärktes Hinwirken auf Nutzung und Verbesserung des Zugangs zu erneuerbaren Energien in den Erzeugerländern zur Verringerung der Treibhausgasintensität in der Produktion
 <b>Nachhaltigere Materialien und verantwortungsvolle Rohstoffgewinnung</b>	Energie- und ressourcenintensive Produktionsprozesse führen zu negativen Umweltauswirkungen bei der Rohstoffgewinnung Investitionen in nachhaltigere Materialien erhöhen die Bedeutung dieser Materialien entlang der Lieferkette Die Unterstützung von Initiativen fördert eine größere Transparenz bereits bei der Rohstoffgewinnung und verbessert die Arbeitsstandards
 <b>Circularity im Design und in der Produktion (inkl. eigener Produktion)</b>	Die Nutzung neuer Rohmaterialien und die bei der Produktion entstehenden Abfälle führen zu negativen Umweltauswirkungen Die Einführung von zirkulären Design- und Produktionsprozessen und die Schließung von Materialkreisläufen erhöhen die Recyclingfähigkeit von Produkten und führen zu einem geringeren Ressourcenverbrauch
 <b>Verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien in der Produktion</b>	Negative Auswirkungen auf die Umwelt, die Arbeitnehmer und die umliegende Bevölkerung aufgrund von chemieintensive Produktionsprozesse in der Lieferkette Zusammenarbeit mit Lieferanten und Initiativen zur Beseitigung von Schadstoffen in der Produktion

Die **zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung** des Geschäftsberichts 2023, die durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft verifiziert wurde, informiert umfassend über die wesentlichen Themen von HUGO BOSS gemäß **CSR-RUG**. > [Geschäftsbericht 2023, Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung](#)




















Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse dienen als Leitbild für die **strategische Weiterentwicklung** von HUGO BOSS im Hinblick auf die Festlegung strategischer Ziele für unsere Handlungsfelder und die Berichterstattung über unsere Fortschritte bei deren Umsetzung.

HUGO BOSS beschäftigte sich im Geschäftsjahr 2023 intensiv mit der ab dem Geschäftsjahr 2024 geltenden **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**. In diesem Zusammenhang wurden im Rahmen eines bereichsübergreifenden Projekts wichtige Schritte unternommen, um die damit verbundenen Anforderungen an die künftigen Berichtspflichten zu erfüllen. Vor diesem Hintergrund führt HUGO BOSS derzeit eine **doppelte Wesentlichkeitsanalyse** durch, die Anfang 2024 abgeschlossen sein soll. Ziel ist es, die für HUGO BOSS wesentlichen Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen (ESG-Themen) zu identifizieren, insbesondere im Hinblick auf die ab 2024 geltenden **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**. In der Nachhaltigkeitserklärung für das Geschäftsjahr 2024 wird HUGO BOSS ausführlich über alle als wesentlich eingestuft Themen berichten.

# ESG-ZIELE UND -ERFOLGE

Als Unternehmen sind wir fest entschlossen, eine positive Wirkung auf die Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft zu erzielen. Entsprechend haben wir uns ehrgeizige ESG-Ziele gesetzt. Diese Ziele dienen als Orientierung, um einen Beitrag zur Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) zu leisten, die wichtige globale Herausforderungen wie den Klimawandel, Ungleichheit und verantwortungsvollen Konsum adressieren. Um Verantwortung und Transparenz zu fördern, überprüfen wir regelmäßig unsere Fortschritte auf dem Weg zur Erreichung dieser Ziele, die sich in der folgenden Tabelle widerspiegeln.

SDG	Zieljahr	Ziel	Status quo 2023
<b>UMWELT</b>			
	2050	„Netto-Null“-Treibhausgasemissionen in der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1–3)	/
	2030	Senkung der CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 1 und 2) um mindestens 50 % im Vergleich zu 2019	-5%
	2030	Senkung der CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 3) um mindestens 50 % im Vergleich zu 2019	Anstieg um 45 %
	2030	Senkung des Energieverbrauchs (direkt und indirekt) im Verhältnis zur Fläche (m <sup>2</sup> ) um 20 % im Vergleich zu 2018	-4%
	2030	100% des verwendeten Stroms stammt aus erneuerbaren Quellen	60%
	2025	Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs (Fremdwasserbezug) im Verhältnis zum Gruppenumsatz um 40 % gegenüber dem Basisjahr 2016	-46%
	2025	Reduktion des Abfallvolumens (Hausmüll) pro Mitarbeiter um 10 % gegenüber dem Basisjahr 2018	-9%
	2025	Alle Lieferanten mit hoher Umweltbelastung erfüllen die von HUGO BOSS definierten Umweltauflagen (gemessen an den Ergebnissen ihrer Umweltaudits). Das bedeutet, dass sie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie halten die nationale Umweltgesetzgebung ein,</li> <li>• sie tragen zur Umsetzung der Standards der ZDHC-Allianz bei und</li> <li>• Unterstützung der Fashion Industry Charter for Climate Action der UNFCCC.</li> </ul>	66%
	2030	Alle Lieferanten mit Nassprozessen produzieren in Übereinstimmung mit den ZDHC-MRSL-Standards (gemessen an ihren Abwassertests und ihrem Chemikalieninventar) Meilenstein bis 2025: alle strategischen Fertigwarenlieferanten mit Nassprozessen	Abwassertests: 26 % aller kontrollierten Produktionsstätten (33 % der strategischen Fertigwarenlieferanten) erfüllen die Vorgaben Chemikalieninventar: 27 % aller inspezierten Produktionsstätten (44 % der strategischen Fertigwarenlieferanten) erfüllen die Anforderungen
	2030	80 % der Produkte erfüllen die Anforderungen für kreislauffähige Bekleidungsprodukte	17%
	2025	Mindestens 60 % der Produktpalette besteht aus Responsible Styles	40%

SDG	Zieljahr	Ziel	Status quo 2023
	2025	Verwendung von 100% nachhaltig gewonnener Baumwolle gemäß den Kriterien der HUGO BOSS Policy for Cotton and Other Plant Fibers	98%
	2025	100% des verwendeten Leders muss aus Gerbereien stammen, die von der Leather Working Group oder einem ähnlichen Standard zertifiziert sind.	92%
	2025	30% aller Produkte tragen durch verantwortungsvolle Behandlung der Materialien (Färben, Waschen, Veredelung, Gerben) zu einem wassersparenden Fußabdruck bei (der Wasserverbrauch wird bei der Herstellung dieser Produkte um mindestens 30% reduziert)	Dieses Ziel wird neu definiert und ist daher nicht mehr gültig.
	2025	Verringerung der in Verpackungen verwendeten Einwegkunststoffe um 10% (pro Artikel) im Vergleich zum Basisjahr 2019	Senkung um 4%
	2025	100% der Kunststoffverpackungen bestehen aus recyceltem oder anderem nachhaltig beschafftem Material	48%
	2025	Verringerung des Verpackungspapiers um 5% (pro Artikel) im Vergleich zum Basisjahr 2019	Anstieg um 3%
	2025	100% des Verpackungspapiers stammen aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und/oder sind aus recyceltem Material hergestellt	93%
	2025	>80% des Verpackungspapiers stammen aus recyceltem Material	70%
<b>SOZIALES</b>			
	2025	Senkung der mitarbeiterbezogenen Fluktuation (Kündigungen) auf: <8% im Unternehmensbereich <30% im Einzelhandel	10% im Unternehmensbereich, 30% im Einzelhandel
	2025	75% der freien Stellen auf den ersten beiden Führungsebenen sollen mit internen Bewerbern besetzt werden.	65%
	2025	Anteil von mindestens 40% Frauen in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands (Top-Management)	29%
	2025	Anteil von mindestens 50% Frauen in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands (mittleres Management)	44%
	2024	Schulung aller Mitarbeiter zum Thema „Überwindung von Vorurteilen für den Geschäftserfolg“. Meilenstein 2023: Alle Führungskräfte und Personalverantwortlichen, die an der Talentakquise und -management beteiligt sind, haben teilgenommen.	350 Mitarbeiter wurden im Jahr 2023 geschult und sind somit für das wichtige Thema sensibilisiert.
	2025	Senkung der Arbeits- und Betriebsunfälle am Hauptsitz in Metzingen (Deutschland) um 10% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Anstieg um 7%
	2025	Senkung der Unfallhäufigkeitsrate (Lost Time Injury Frequency Rate, LTIFR) um 5% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Anstieg um 8%
	2025	Beschaffung aller Waren von Fertigwarenlieferanten (einschließlich der unternehmenseigenen Produktionsstätten) mit den beiden höchsten erreichbaren Sozialstandards ("gut" oder "befriedigend"), die durch ein Audit, eine Selbsteinschätzung oder ein Zertifikat eines externen Sozialstandards nachgewiesen werden.	86%
	2025	Beschaffung von 80% der Waren von Fertigwarenlieferanten (einschließlich der eigenen Produktionsstätten) mit der höchsten erreichbaren Sozialverträglichkeitsstufe ("gut"), die durch ein Audit, eine Selbsteinschätzung oder ein Zertifikat eines externen Sozialverträglichkeitsstandards nachgewiesen wird.	62%
	2025	Alle Fertigwarenlieferanten verfügen über ein angemessenes Kontrollsystem (Governance-Modell) für ihre Lieferkette	64%
	2025	Alle Stoff- und Zutatenlieferanten, die in direkter vertraglicher Beziehung zu HUGO BOSS stehen, verfügen über ein angemessenes Kontrollsystem (Governance-Modell) für ihre Lieferkette	74%
	2025	Alle Stoff- und Zutatenlieferanten, die in direkter vertraglicher Beziehung zu HUGO BOSS stehen, sind in das HUGO BOSS Supply-Chain-Sustainability Program (SCSP) integriert	69%
<b>UNTERNEHMENSFÜHRUNG</b>			
	2030	Verwendung von 100% Mulesing-freier Wolle in reinen Wollprodukten	66%

# NACHHALTIGKEITSDATEN



## Ausgewählte Umweltdaten

### Klimawandel

#### E I 01 ENERGIEVERBRAUCH NACH REGION UND ENERGIEQUELLE IM JAHR 2023<sup>1</sup> (IN MWH)

Direkter Energieverbrauch	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Heizöl	972	0	0	972
Flüssiggas (LPG)	27	0	6	33
Erdgas	28.959	4.050	0	33.009
Photovoltaik	3.151	0	0	3.151
<b>Gesamter direkter Energieverbrauch<sup>2</sup></b>	<b>33.109</b>	<b>4.050</b>	<b>6</b>	<b>37.165</b>
<b>Indirekter Energieverbrauch</b>				
Zertifizierter Ökostrom	53.934	0	0	53.934
Elektrizität	5.349	17.948	15.364	38.661
Andere Energiequellen (z. B. Fernwärme)	2.593	0	0	2.593
<b>Gesamter indirekter Energieverbrauch</b>	<b>61.876</b>	<b>17.948</b>	<b>15.364</b>	<b>95.188</b>

1 Die Energiedaten für den Einzelhandel beruhen im Allgemeinen auf Datenabfragen in Einzelhandelsgeschäften und Outlets. 53% der Einzelhandelsgeschäfte und Outlets, die in die Datenerhebung einbezogen sind, konnten den Energieverbrauch für Erdgas melden. 85% dieser Einzelhandelsgeschäfte und Outlets meldeten Daten zu Elektrizität und 48% konnten Daten zu Fernwärme melden. Hochrechnungen auf der Grundlage vorhandener Verbrauchsdaten wurden durch die Berechnung von Durchschnittswerten (kWh/m<sup>2</sup> x Öffnungszeiten) für alle anderen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets durchgeführt.

2 Kraftstoffverbrauch unserer Firmenfahrzeuge ist von der Kalkulation ausgenommen.

#### E I 02 REDUZIERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS PRO M<sup>2</sup> FLÄCHE<sup>1</sup> (IN KWH/M<sup>2</sup>)

	✓ 2023	✓ 2022	2021	Basisjahr: 2019 <sup>2</sup>
Tatsächlicher Wert	150,7	149,1	140,0	157,2
Veränderung des tatsächlichen Wertes (in %)	-4	-5	-11	

1 Verhältnis des Energieverbrauchs zur Fläche. Die prozentuale Veränderung für 2021 bis 2023 bezieht sich auf das Basisjahr 2019. Die Energiedaten für den Einzelhandel beruhen in der Regel auf Datenabfragen bei Einzelhandelsgeschäften und Outlets. 53% der Einzelhandelsgeschäfte und Outlets, die in die Datenerhebung einbezogen sind, konnten den Energieverbrauch für Erdgas angeben. 85% dieser Einzelhandelsgeschäfte und Outlets meldeten Daten zu Elektrizität und 48% konnten Daten zu Fernwärme melden. Die Hochrechnung auf Basis der vorhandenen Verbrauchsdaten erfolgte durch die Berechnung von Durchschnittswerten (kWh/m<sup>2</sup> x Öffnungszeit) für alle anderen Einzelhandelsgeschäfte und Filialen. Kraftstoffverbrauch unserer Firmenfahrzeuge ist von der Kalkulation ausgenommen.

2 Um Konsistenz entlang sämtlicher Umwelt- und Sozialzielen zu erreichen, wurde hierfür das Basisjahr 2019 festgelegt.

#### E I 03 INDIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN (STANDORTBEZOGENER ANSATZ)<sup>1</sup> (IN T CO<sub>2</sub>)

	✓ 2023	✓ 2022	2021
Scope 2 Indirekter Energieverbrauch	38.848	38.793	34.791

1 Aufgrund der Verbesserung der Datenqualität und entsprechender Korrekturen im Laufe des Jahres wurden die Vorjahreszahlen rückwirkend angepasst.

#### E I 04 VERÄNDERUNG DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN (SCOPE 3)<sup>1</sup> (IN T CO<sub>2</sub>)

	2023	2022	2021	2019
Tatsächlicher Wert	1.057.703	1.063.612	683.272	731.575
Veränderung des tatsächlichen Wertes (in %)	+45	+45	-7	

<sup>1</sup> Die prozentuale Veränderung für 2021–2023 bezieht sich auf das Basisjahr 2019. Aufgrund der Verbesserung der Datenqualität und entsprechender Korrekturen im Laufe des Jahres wurden die Vorjahreszahlen rückwirkend angepasst.

#### E I 05 UMWELTAUSWIRKUNGEN DES VERKEHRS<sup>1</sup>

		2023	2022	2021
Eingehende Warenströme <sup>2</sup>	Tonnenkilometer (tkm)	346.862	346.520	193.166
	Treibhausgasemissionen (in t CO <sub>2</sub> )	50.540	73.064	40.772
Ausgehende Warenströme <sup>3</sup>	Tonnenkilometer (tkm)	63.871	38.500	29.288
	Treibhausgasemissionen (in t CO <sub>2</sub> )	17.338	13.634	10.161

- Die angegebenen Daten beziehen sich nur auf die Tonnenkilometer und Treibhausgasemissionen im Zusammenhang mit Scope 3.4 Upstream Transport.
- Berücksichtigt werden alle Wareneingangsströme zu den Logistikzentren in Deutschland, USA, Kanada, China, Hongkong und im Vereinigten Königreich sowie die Rohstofflieferungen von HUGO BOSS an seine Produzenten.
- Alle Warenausgangsströme von den HUGO BOSS Distributionszentren zu den eigenen Einzelhandelsgeschäften, Outlets und weltweit.

#### E I 06 TREIBHAUSGASEMISSIONEN AUS DER LIEFERKETTE (EINSCHLIESSLICH EIGENER PRODUKTION)<sup>1</sup> (IN T CO<sub>2</sub>)

	2023	2022	2021 <sup>2</sup>
Rohstoffproduktion	132.046	123.455	80.630
Produktionsverfahren	812.115	812.201	517.553
Davon eigene Produktion	3.841	3.941	3.909
<b>Gesamt</b>	<b>944.161</b>	<b>935.656</b>	<b>598.183</b>

- Die Berechnung der gegenwärtigen Treibhausgasemissionen basiert auf der Kategorie „Gekaufte Waren und Dienstleistungen“, wie sie im Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard des Greenhouse Gas Protocol definiert ist. Sie umfasst alle CO<sub>2</sub>-Emissionen, die im Zusammenhang mit der Herstellung von Rohstoffen und der Produktion von Waren freigesetzt werden. Darüber hinaus enthält diese Tabelle in der Kategorie „Produktionsverfahren“ auch die Emissionen der eigenen Produktionsprozesse. Daher sind die Werte in dieser Tabelle nicht direkt mit der Kategorie „Gekaufte Waren und Dienstleistungen“ in der Tabelle DIREKTE, INDIREKTE UND ANDERE TREIBHAUSGASEMISSIONEN vergleichbar.
- Die Zahlen für 2021 wurden rückwirkend angepasst und sind daher nicht mit den Zahlen aus früheren Berichten vergleichbar.



## Wasser

### E I 07 WASSERVERBRAUCH NACH QUELLEN (IN M<sup>3</sup>)

	✓ 2023	✓ 2022	2021
Intern beschafft	26.636	27.316	25.608
Extern beschafft	172.092	169.008	150.362
<b>Gesamt</b>	<b>198.728</b>	<b>196.324</b>	<b>175.970</b>

### E I 08 REDUZIERUNG DES WASSERVERBRAUCHS IM VERHÄLTNIS ZUM KONZERNUMSATZ (BERICHTSSCOPE UND BASISJAHR 2016)<sup>1</sup> (IN M<sup>3</sup>/MIO. EUR UMSATZ)

	✓ 2023	✓ 2022	2021	Basisjahr: 2016
Tatsächlicher Wert	36,4	41,4	52,6	66,9
Veränderung des tatsächlichen Wertes (in %)	-46	-38	-21	

<sup>1</sup> Verhältnis des gesamten Wasserverbrauchs zum Konzernumsatz. Die prozentuale Veränderung der Jahre 2021 bis 2023 stellt jeweils die Veränderung im Vergleich zum Basisjahr 2016 dar. Die Wasserverbrauchsdaten für den Einzelhandel basieren im Allgemeinen auf Datenabfragen in Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für 13% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets liegen Daten zum Wasserverbrauch vor. Für die restlichen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets wurde ein Benchmark der Immobilieninvestmentgesellschaft Redevco aus dem Jahr 2013 herangezogen und ein Wert von 0,22m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> für den Bekleidungseinzelhandel ermittelt.

### E I 9 ABWASSEREINLEITUNGEN NACH REGIONEN<sup>1</sup> (IN M<sup>3</sup>)

	✓ 2023	✓ 2022	2021
EMEA	114.285	104.222	93.340
Amerika	23.477	21.928	18.573
Asien/Pazifik	14.603	13.115	18.738
<b>Gesamt</b>	<b>152.365</b>	<b>139.265</b>	<b>130.651</b>

<sup>1</sup> Es wird davon ausgegangen, dass die Menge des Wasserverbrauchs gleich der Menge der Abwassereinleitungen für alle Einzelhandelsgeschäfte im Geltungsbereich (Einzelhandelsgeschäfte und Outlets) ist.

## Kreislaufwirtschaft

### E | 10 HERKUNFT DER VON HUGO BOSS BEZOGENEN BAUMWOLLE (IN %)

	2023	2022
USA	23	21
Indien	14	16
Australien	12	12
Türkei	12	9
Burkina Faso	7	9
Kamerun	7	5
Elfenbeinküste	5	5
Pakistan	4	3
Ägypten	4	1
Peru	3	3
Brasilien	3	5
Benin	2	2
Andere	4	9
<b>Gesamt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

1 Die Liste der angezeigten Länder hat sich aufgrund einer Verschiebung der Prozentsätze im Vergleich zum letzten Berichtsjahr geändert.

### E | 11 STANDARDS FÜR NACHHALTIGER BESCHAFFTE BAUMWOLLE

	2023		2022	
	in t	in % <sup>1</sup>	in t	in % <sup>1</sup>
Massenbilanzsysteme gemäß dem Bündnis für nachhaltige Textilien	10.783	81	11.685	77
Aus kontrolliert biologischem Anbau	2.103	16	2.389	16
Recycelt	62	1	63	0
Regenerativ	54	0	2	0
Organic in conversion	7	0	9	0
The Egyptian Cotton Project	0	0	4	0
<b>Gesamt</b>	<b>13.009</b>	<b>98</b>	<b>14.152</b>	<b>93</b>

1 Anteil in Prozent der von HUGO BOSS insgesamt eingesetzten Baumwolle.

**E I 12 VERWENDETE VERPACKUNGSMATERIALIEN UND IHR ANTEIL AN RECYCELTEM MATERIAL**

Material	Verpackungsart	2023		2022	
		Insgesamt (in t)	Recycelter Anteil (in %)	Insgesamt (in t)	Recycelter Anteil (in %)
Papier	Transport- und Versandkartons	5.421	79	4.473	79
	Produkt-/Geschenkbboxen	2.182	89	2.465	73
	Tragetaschen	1.809	77	1.618	77
	Andere Verpackungen	1.497	1	1.066	5
	Papier insgesamt	10.910	70	9.622	69
Kunststoff	Polybeutel und Kleidungshüllen	572	39	535	38
	Hangtag	524	99	418	99
	Anzugtaschen	268	19	190	22
	Andere Verpackungen	440	17	405	16
	Kunststoff insgesamt	1.804	48	1.548	47
Metall	Kleiderbügelhaken	58	11	47	12
	Andere Verpackungen	1	0	2	0
	Metall insgesamt	59	11	49	12
Natürliche Materialien (z. B. Baumwolle, Leder)		31	0	67	0
<b>Gesamt</b>		<b>12.804</b>	<b>66</b>	<b>11.287</b>	<b>65</b>

**E I 13 GESAMTGEWICHT DER KUNSTSTOFFVERPACKUNGEN (IN T)**

	2023	2022	2020
<b>Kunststoffverpackungen gesamt</b>	<b>1.804</b>	<b>1.548</b>	<b>1.002</b>

**E I 14 VERSTÖSSE GEGEN DIE HUGO BOSS UMWELTSTANDARDS<sup>1</sup> (ANZAHL)**

	Risikant	Unzureichend	Gesamt
Abwasser	4	0	4
Abfall	3	0	3
Chemie-Management	1	0	1
Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen	0	0	0
Management-Systeme	0	0	0
Wasserverbrauch	0	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>8</b>

<sup>1</sup> Die aufgelisteten Verstöße beziehen sich auf 43 Audits, die im Jahr 2023 in den Produktionsstätten mit hohen Umweltauswirkungen durchgeführt wurden.

**E | 15 STATUS DER EINHALTUNG DER UMWELTVORSCHRIFTEN<sup>1</sup> (IN %)**

	2023	2022
Gut	6	4
Befriedigend	60	41
Verbesserungswürdig	20	24
Riskant	4	10
Unzureichend	0	0
Nicht geprüft	10	21

<sup>1</sup> Die Tabelle bezieht sich auf die Ende 2023 gültigen Audits (eigene Audits und Audit-Zertifizierungen Dritter mit dem Status „befriedigend“) von Produktionsstandorten mit hohen Umweltauswirkungen.

**Gut** = Regelmäßige Überprüfung der relevanten Verbräuche und Emissionen; Prozesse und Strukturen zur Verbesserung der Umwelleistung des Unternehmens sind etabliert. – Folgeaudit nach 36 Monaten.

**Befriedigend** = Grundlegende Strukturen und Prozesse sind etabliert, aber relevante Dokumentation ist nicht verfügbar. – Folgeaudit nach 36 Monaten.

**Verbesserungswürdig** = Potenzielle Risiken bestehen vor allem im mangelnden Bewusstsein und im Fehlen relevanter Daten. – Folgeaudit nach 12 Monaten.

**Riskant** = Erforderliche Genehmigungen sind nicht verfügbar, bestehende Praktiken stellen eine unmittelbare Bedrohung dar und können zu erheblichen Umweltauswirkungen und Verstößen gegen rechtliche Verpflichtungen führen. – Folgeaudit innerhalb von sechs Monaten.

**Unzureichend** = Bestehende Praktiken führen zu erheblichen Umweltauswirkungen. – Folgeaudit innerhalb von drei Monaten.

**E | 16 ABFALLMENGEN NACH ART<sup>1</sup> (IN T)**

	2023	2022	2021
Feststoffabfall	7.811	7.271	5.552
Unfester Abfall	39	33	28
<b>Gesamt</b>	<b>7.850</b>	<b>7.304</b>	<b>5.580</b>
Recycling von Feststoffabfall	5.056	4.881	3.671

<sup>1</sup> Abfallmengen aus außerordentlichen Tätigkeiten (z. B. Umbauarbeiten) wurden nicht berücksichtigt. Das Recyclingvolumen besteht aus den erzeugten Abfällen aus Recycling und Wiederverwendung.

**E | 17 REDUKTION DES ABFALLAUFKOMMENS (HAUSMÜLL) IM VERHÄLTNISS ZUR ANZAHL DER MITARBEITER (BASISJAHR 2018)<sup>1</sup> (IN KG/MITARBEITER)**

	2023	2022	2021	Basisjahr: 2018
Tatsächlicher Wert	73,4	65,5	65,2	81,1
Veränderung des tatsächlichen Wertes (in %)	-9	-19	-20	

<sup>1</sup> „Hausmüll“ umfasst Restmüll und Lebensmittelabfälle. Die prozentuale Veränderung für 2021–2023 bezieht sich auf das Basisjahr 2018.

**E | 18 REGION DER ABFALLERZEUGUNG UND -ART<sup>1</sup> (IN T)**

	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Gefährliche Abfälle	99	1	3	103
Ungefährlicher Abfall	7.184	985	644	8.813
<b>Gesamt</b>	<b>7.283</b>	<b>986</b>	<b>647</b>	<b>8.916</b>

<sup>1</sup> Die Grundlage für die Berechnung der Einzelhandelsabfalldaten bilden die in den betrachteten Einzelhandelsgeschäften und Outlets verkauften Produkte sowie die durchgeführten Transporte (Berücksichtigung der jeweiligen Produkt- und Transportverpackungen).



## Ausgewählte Sozialdaten

### Eigene Belegschaft

#### S | 01 MITARBEITER NACH REGIONEN (HEADCOUNT)

	✓ 2023	✓ 2022	2021
EMEA	15.816	14.615	12.366
Amerika	3.371	2.709	2.045
Asien/Pazifik	2.712	2.446	2.287
<b>Gesamt</b>	<b>21.899</b>	<b>19.770</b>	<b>16.698</b>

#### S | 02 MITARBEITER NACH FUNKTIONSBEREICH UND REGION (HEADCOUNT) ✓

	Management	Kaufmännische Angestellte	Gewerbliche Mitarbeiter	Auszubildende	Aushilfskräfte
EMEA	1.458	7.742	5.612	164	840
Amerika	403	2.293	316	0	359
Asien/Pazifik	444	2.067	29	0	172
<b>Gesamt</b>	<b>2.305</b>	<b>12.102</b>	<b>5.957</b>	<b>164</b>	<b>1.371</b>

#### S | 03 MITARBEITER NACH ALTER UND FUNKTIONSBEREICH (HEADCOUNT) ✓

	<30	In %	≤30-<40	In %	≤40-<50	In %	≥50	In %
Management	121	2	864	12	915	18	406	15
Kaufmännische Angestellte	4.309	59	4.061	59	2.291	46	1.441	54
Gewerbliche Mitarbeiter	1.662	23	1.873	27	1.723	34	699	26
Auszubildende	164	2	0	0	0	0	0	0
Aushilfskräfte	1.030	14	141	2	86	2	114	4
<b>Gesamt</b>	<b>7.286</b>	<b>100</b>	<b>6.937</b>	<b>100</b>	<b>5.015</b>	<b>100</b>	<b>2.659</b>	<b>100</b>

#### S | 04 MITARBEITER NACH GESCHLECHT UND FUNKTIONSBEREICH (HEADCOUNT) ✓

	Frauen	In %	Männer	In %	Nicht-binär <sup>1</sup>	In %
Management	1.148	5	1.165	5	0	0
Kaufmännische Angestellte	7.334	34	4.768	22	0	0
Gewerbliche Mitarbeiter	3.638	17	2.318	11	1	0
Auszubildende	86	0	78	0	0	0
Aushilfskräfte	765	3	606	3	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>12.971</b>	<b>59</b>	<b>8.927</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>0</b>

<sup>1</sup> Ab 2023 können neue Mitarbeitende zusätzlich zu „weiblich“ und „männlich“ auch die Geschlechtsidentität „nicht-binär“ auswählen. Derzeit wird diese Information von der bestehenden Belegschaft noch nicht abgefragt, weshalb in den entsprechenden Tabellen nur weiblich/männlich angegeben ist. Bei den prozentualen Anteilen wurde „nicht-binär“ nicht in die entsprechenden Tabellen aufgenommen, da dies für alle 0% ergeben würde.

**S | 05 MITARBEITER NACH REGION UND VERTRAGSART (HEADCOUNT)**

	Dauerhaft (unbegrenzt)	Temporär (begrenzt)	Vollzeit	Teilzeit
EMEA	14.233	1.583	12.656	3.160
Amerika	3.010	361	2.387	984
Asien/Pazifik	1.481	1.231	2.382	330
<b>Gesamt</b>	<b>18.724</b>	<b>3.175</b>	<b>17.425</b>	<b>4.474</b>

**S | 06 MITARBEITER NACH GESCHLECHT UND VERTRAGSART (HEADCOUNT)**

	Dauerhaft (unbegrenzt)	Temporär (begrenzt)	Vollzeit	Teilzeit
Frauen	10.840	2.132	10.032	2.939
Männer	7.882	1.044	7.391	1.535
Nicht-binär <sup>1</sup>	1	-	1	-
<b>Gesamt</b>	<b>18.724</b>	<b>3.175</b>	<b>17.425</b>	<b>4.474</b>



<sup>1</sup> Ab 2023 können neue Mitarbeitende zusätzlich zu „weiblich“ und „männlich“ auch die Geschlechtsidentität „nicht-binär“ auswählen. Derzeit wird diese Information von der bestehenden Belegschaft noch nicht abgefragt, weshalb in den entsprechenden Tabellen nur weiblich/männlich angegeben ist. Bei den prozentualen Anteilen wurde „nicht-binär“ nicht in die entsprechenden Tabellen aufgenommen, da dies für alle 0% ergeben würde.

**S | 07 MITARBEITER NACH POSITION UND GESCHLECHT (IN %) **



	Manager in umsatzwirksamen Positionen	Mitarbeiter in Positionen mit MINT-Bezug <sup>1</sup>
Frauen	57	45
Männer	43	55
<b>Gesamt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> MINT-bezogene Stellen umfassen Stellen, die thematisch mit Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik zusammenhängen.

**S | 08 MITARBEITER NACH GESCHLECHT UND REGION (IN %)**

	 2023		 2022		2021	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer
EMEA	60	40	60	40	60	40
Amerika	48	52	46	54	49	51
Asien/Pazifik	70	30	71	29	72	28
<b>Gesamt</b>	<b>59</b>	<b>41</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>40</b>

**S | 09 NEUEINSTELLUNGEN NACH REGION<sup>1</sup> (HEADCOUNT)**

	 2023		 2022		2021	
	In %	In %	In %	In %	In %	In %
EMEA	4.427	61	5.313	66	2.689	61
Amerika	1.993	28	1.970	24	1.161	26
Asien/Pazifik	822	11	777	10	553	13
<b>Gesamt</b>	<b>7.242</b>	<b>100</b>	<b>8.060</b>	<b>100</b>	<b>4.403</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Die Daten enthalten keine Auszubildenden, Praktikanten, Studierenden und Aushilfskräfte.

## S | 10 NEUEINSTELLUNGEN NACH GESCHLECHT UND ALTER<sup>1</sup> (HEADCOUNT)

	Frauen	In %	Männer	In %	Nicht-binär <sup>2</sup>	In %
<30	2.228	54	1.914	46	4	0
30≤-<40	1.056	54	899	46	0	0
40≤-<50	491	62	297	38	1	0
≥50	248	71	103	29	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>4.023</b>	<b>56</b>	<b>3.214</b>	<b>44</b>	<b>5</b>	<b>0</b>

1 Die Daten enthalten keine Auszubildenden, Praktikanten, Studierenden und Aushilfskräfte.

2 Ab 2023 können neue Mitarbeitende zusätzlich zu „weiblich“ und „männlich“ auch die Geschlechtsidentität „nicht-binär“ auswählen. Derzeit wird diese Information von der bestehenden Belegschaft noch nicht abgefragt, weshalb in den entsprechenden Tabellen nur weiblich/männlich angegeben ist. Bei den prozentualen Anteilen wurde „nicht-binär“ nicht in die entsprechenden Tabellen aufgenommen, da dies für alle 0% ergeben würde.

## S | 11 KÜNDIGUNGSRATE NACH REGION UND GRUND<sup>1</sup> (IN %)

	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	<b>Gesamt<sup>2</sup></b>
Beendigung durch den Arbeitnehmer	15	38	18	19
Beendigung durch den Arbeitgeber	7	11	4	7
Freisetzung	1	0	1	1
Ruhestand	1	0	0	1
Sonstige <sup>2</sup>	0	0	0	0
<b>Gesamt<sup>3</sup></b>	<b>24</b>	<b>49</b>	<b>23</b>	<b>27</b>

1 Die Daten enthalten keine Auszubildenden, Praktikanten, Studierenden und Mitarbeiter von Agenturen.

2 Dies beinhaltet Tod und Auswanderung.

3 Die Gesamtzahl spiegelt die Kündigungsrate nach gewichteter Region wider. Die Gewichtung ergibt sich aus den unterschiedlichen Mitarbeiterzahlen in den Regionen.

## S | 12 KÜNDIGUNG NACH REGION UND GRUND<sup>1</sup> (HEADCOUNT) ✓

	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	<b>Gesamt<sup>2</sup></b>
Beendigung durch den Arbeitnehmer	2.227	1.145	454	3.826
Beendigung durch den Arbeitgeber	1.095	330	89	1.514
Freisetzung	78	4	25	107
Ruhestand	112	2	3	117
Sonstige <sup>2</sup>	13	5	1	19
<b>Gesamt</b>	<b>3.525</b>	<b>1.486</b>	<b>572</b>	<b>5.583</b>

1 Die Daten enthalten keine Auszubildenden, Praktikanten, Studierenden und Mitarbeiter von Agenturen.

2 Dies beinhaltet Tod und Auswanderung.

## S | 13 KÜNDIGUNG NACH GESCHLECHT UND REGION<sup>1</sup> (HEADCOUNT) ✓

	Frauen	Männer	Nicht-binär <sup>2</sup>
EMEA	2.077	1.448	0
Amerika	671	811	4
Asien/Pazifik	359	213	0
<b>Gesamt</b>	<b>3.107</b>	<b>2.472</b>	<b>4</b>

1 Die Daten enthalten keine Auszubildenden, Praktikanten, Studierenden und Agenturmitarbeiter.

2 Ab 2023 können neue Mitarbeitende zusätzlich zu „weiblich“ und „männlich“ auch die Geschlechtsidentität „nicht-binär“ auswählen. Derzeit wird diese Information von der bestehenden Belegschaft noch nicht abgefragt, weshalb in den entsprechenden Tabellen nur weiblich/männlich angegeben ist. Bei den prozentualen Anteilen wurde „nicht-binär“ nicht in die entsprechenden Tabellen aufgenommen, da dies für alle 0% ergeben würde.

S | 14 KÜNDIGUNG NACH ALTER UND REGION<sup>1</sup> (HEADCOUNT) ✓

	<30	≤30–<40	≤40–<50	≥50
EMEA	1.949	919	462	195
Amerika	857	345	157	127
Asien/Pazifik	193	246	97	36
<b>Gesamt</b>	<b>2.999</b>	<b>1.510</b>	<b>716</b>	<b>358</b>

1 Die Daten enthalten keine Auszubildenden, Praktikanten, Studierenden und Agenturmitarbeiter.

S | 15 ARBEITNEHMERSPEZIFISCHE KÜNDIGUNG NACH REGION<sup>1</sup> (HEADCOUNT)

	✓ 2023	In %	✓ 2022	In %	2021	In %
EMEA	2.227	15	1.981	15	1.505	13
Amerika	1.145	38	1.024	42	716	38
Asien/Pazifik	454	18	526	23	445	21
<b>Gesamt</b>	<b>3.826</b>	<b>19</b>	<b>3.531</b>	<b>19</b>	<b>2.666</b>	<b>17</b>

1 Die Daten enthalten keine Auszubildenden, Praktikanten, Studierenden und Agenturmitarbeiter.

S | 16 MITARBEITER NACH GESCHLECHT UND FÜHRUNGSEBENE (IN %)

	✓ 2023		✓ 2022		2021	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Vorstand	0	100	0	100	0	100
Top-Management	29	71	28	72	29	71
Mittleres Management	44	56	46	54	45	55
Management	52	48	52	48	52	48
<b>Gesamt</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

S | 17 MITARBEITER NACH ALTER UND FÜHRUNGSEBENE (HEADCOUNT)

	<30	In %	≤30–<40	In %	≤40–<50	In %	≥50	In %
Vorstand	0	0	0	0	0	0	3	100
Top-Management	0	0	10	9	64	57	38	34
Mittleres Management	1	0	66	25	140	52	60	23
Management	120	6	787	41	711	37	304	16
<b>Gesamt</b>	<b>121</b>	<b>5</b>	<b>863</b>	<b>37</b>	<b>915</b>	<b>40</b>	<b>405</b>	<b>18</b>



**S | 18 MITARBEITER MIT LEISTUNGSBEURTEILUNG NACH REGION<sup>1</sup> (IN %)**

	2023	2022	2021
EMEA	91	74	67
Amerika	64	58	30
Asien/Pazifik	70	81	90
<b>Gesamt</b>	<b>84</b>	<b>73</b>	<b>65</b>

<sup>1</sup> Aufgrund der Verbesserung der Datenqualität und entsprechender Korrekturen im Laufe des Jahres wurden die Vorjahreszahlen rückwirkend angepasst.

**S | 19 TRAININGS NACH ART (ANZAHL)**

	2023	2022 <sup>1</sup>	2021
Face-to-Face-Schulungen <sup>2</sup>	5.826	3.686	2.403
Mitarbeiter, die an E-Learnings teilgenommen haben	12.948	13.007	10.717
Erfolgreich abgeschlossene E-Learnings	154.251	133.136	123.414

<sup>1</sup> Die Daten, auf denen die Zahl beruht, haben sich geändert und umfassen nun auch Schulungen zu Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz und zur Einhaltung von Vorschriften im Berichtsjahr 2022, weshalb sie nicht mit den Zahlen des Vorjahres vergleichbar sind.

<sup>2</sup> Face-to-Face-Schulungen in physischen und Online-Formaten.

**S | 20 UNFÄLLE UND WEGEUNFÄLLE UND ENTSPRECHENDE ABWESENHEITSTAGE NACH REGION<sup>1</sup> (ANZAHL)**

	Arbeitsunfälle >1 Ausfalltag <sup>2</sup>			Wegeunfälle >1 Ausfalltag			Ausfalltage <sup>3</sup>		
	✓ 2023	✓ 2022	2021	✓ 2023	✓ 2022	2021	✓ 2023	✓ 2022	2021
EMEA	187	147	124	81	52	33	2.597	2.756	2.689
Amerika	27	19	17	7	5	8	383	178	500
Asien/Pazifik	12	6	26	2	1	1	191	98	55
<b>Gesamt</b>	<b>226</b>	<b>172</b>	<b>167</b>	<b>90</b>	<b>58</b>	<b>42</b>	<b>3.171</b>	<b>3.032</b>	<b>3.244</b>

<sup>1</sup> Ab dem Berichtsjahr 2021 werden die Daten für Arbeits- und Wegeunfälle getrennt ausgewiesen. Zuvor wurden die Wegeunfälle bei den Arbeitsunfällen berücksichtigt. Dementsprechend weichen die Zahlen im Vergleich zu den früheren Berichten ab.

<sup>2</sup> Werden Veranstaltungsunfälle (Unfälle, die sich bei Betriebsveranstaltungen ereignet haben) gemäß den örtlichen Rahmenbedingungen als Arbeitsunfälle erfasst, werden diese in die Datenerfassung einbezogen.

<sup>3</sup> Hier werden nur Unfälle aufgeführt, die zu mehr als einem Tag Arbeitsausfall geführt haben.

**S | 21 HÄUFIGKEIT VON VERLETZUNGEN MIT AUSFALLZEITEN (LTIFR)<sup>1</sup>**

	✓ 2023	✓ 2022	2021	2020
Unfallhäufigkeitsrate für Arbeitnehmer	6,8	6,1	7,1	5,2
Unfallhäufigkeitsrate für Kontraktoren <sup>2</sup>	5,9	0	0	0

<sup>1</sup> Die Unfallhäufigkeitsrate misst die Anzahl der Arbeitsunfälle mit mindestens einem Ausfalltag pro eine Million Arbeitsstunden. Der gewichtete Durchschnitt der FTE im Berichtsjahr bildet die Grundlage dafür. Die Vorjahresdaten unterscheiden sich von den vorherigen Berichten, da ab dem Berichtsjahr 2021 keine Wegeunfälle mehr berücksichtigt werden. Das Berichtsjahr 2021 und die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

<sup>2</sup> Unter Kontraktoren verstehen wir alle Mitarbeiter von Fremdfirmen, die mit HUGO BOSS in einem Labor-Leasing-Vertrag (Arbeitnehmerüberlassung) stehen.

## Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

### S I 22 ERGEBNIS DES LEISTUNGSNIVEAUS DER FERTIGWARENLIEFERANTEN IN BEZUG AUF DIE EINHALTUNG SOZIALER STANDARDS<sup>1</sup> (IN %)

	✓ 2023	✓ 2022	2021
Gut	59	65	65
Befriedigend	23	25	31
Verbesserungsbedarf	13	10	3
Riskant	4	0	0
Unzureichend	1	0	1

<sup>1</sup> Die Tabelle bezieht sich auf die Sozialverträglichkeit der Produktionsstandorte aktiver Fertigwarenlieferanten (einschließlich unserer eigenen Produktionsstandorte), die durch ein Audit, eine Selbsteinschätzung oder ein Zertifikat eines externen Sozialverträglichkeitsstandards überprüft wurden.

**Gut** = Der Lieferant etabliert die notwendigen Aktivitäten für sichere, faire Arbeitsbedingungen in seinem Management und nimmt seine eigene soziale Verantwortung sehr gut wahr.

**Befriedigend** = Der Lieferant erkennt die Notwendigkeit von Aktivitäten für sichere, faire Arbeitsbedingungen an und legt Prozesse und Aktivitäten fest, die umgesetzt werden sollen.

**Verbesserungsbedarf** = Der Lieferant ist sich der Notwendigkeit sicherer Arbeitsbedingungen bewusst, aber es fehlt an der konsequenten Umsetzung der entsprechenden Maßnahmen in der täglichen Praxis und für die Mitarbeiter.

**Riskant** = Der Lieferant ist sich der Anforderungen an die Einhaltung sozialer Standards bewusst. Die Geschäftsleitung hält die Umsetzung jedoch nicht für wichtig und lässt Missstände zu.

**Unzureichend** = Das Management ist sich des Themas Social Compliance nicht bewusst oder nicht bereit, sich damit zu befassen und erkennbare Schwachstellen im Management zu beheben. Es besteht eine unmittelbare Bedrohung für die Mitarbeiter.

### S I 23 VERSTÖSSE GEGEN DEN SUPPLIER CODE OF CONDUCT<sup>1</sup> (ANZAHL) ✓

	Riskant	Unzureichend	Gesamt
Management der Einhaltung sozialer Standards	2	1	3
Kinderarbeit und junge Arbeitnehmer	0	0	0
Entschädigung und Leistungen	0	2	2
Diskriminierung	0	0	0
Zwangsarbeit	0	0	0
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen	0	0	0
Gesundheit und Sicherheit	0	0	0
Kontrolle der Lieferanten	0	0	0
Behandlung von Arbeitnehmern	0	0	0
Arbeitszeiten	0	3	3
<b>Gesamt</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

<sup>1</sup> Die aufgelisteten Verstöße beziehen sich auf 58 Audits, die im Jahr 2023 in den Produktionsstätten von Fertigwarenlieferanten (einschließlich eigener Produktionsstätten) durchgeführt wurden.



## Ausgewählte Daten zur Unternehmensführung

### G I 01 STANDORTE MIT ZERTIFIZIERTEN MANAGEMENTSYSTEMEN<sup>1</sup>







Gesellschaft	Standorte	Land	Managementsystem	Zertifiziert seit
HUGO BOSS AG	Konzernzentrale Metzingen	Deutschland	ISO 50001 ISO 9001	2012 1999
HUGO BOSS AG	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Deutschland und Österreich	ISO 50001	2016
HUGO BOSS AG	Distributionszentrum Filderstadt	Deutschland	ISO 50001	2014
HUGO BOSS AG	Distributionszentrum I Metzingen	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Distributionszentrum II Metzingen	Deutschland	ISO 50001	2019
HUGO BOSS AG	Distributionszentrum Wendlingen	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Rohwarenlager Metzingen	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Lager Bad Urach	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Outlet Metzingen, Kanalstraße Outlet Metzingen, HUGO-BOSS-Platz	Deutschland	ISO 50001	2012 2019
HUGO BOSS AG	Showroom Düsseldorf	Deutschland	ISO 50001	2016
HUGO BOSS AG (Österreich)	Standort Salzburg	Österreich	ISO 50001	2016
HUGO BOSS AG (Schweiz)	Hauptsitz Zug und eigene Einzelhandelsgeschäfte	Schweiz	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Belgium Retail B.V.B.A.	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Belgien	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Benelux B.V. y CIA, S.C.	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Spanien	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Benelux Retail B.V.	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Niederlande und Luxemburg	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Finnland Oy	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Finnland	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Frankreich SAS	Hauptsitz Paris und eigene Einzelhandelsgeschäfte	Frankreich	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Hellas LLC	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Griechenland	ISO 50001	2017
HUGO BOSS International Markets AG Niederlassung Polen	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Polen	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Irland Ltd.	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Irland	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Italia S.p.A.	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Italien	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti.	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Türkei	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Nordic ApS	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Dänemark	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Portugal & Companhia	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Portugal	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Skandinavien AB	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Schweden	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Scandinavia NUF Niederlassung Norwegen	Eigene Einzelhandelsgeschäfte	Norwegen	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Schuhe & Accessoires Italia S.p.A.	Produktion Morrovalle	Italien	ISO 14001 ISO 45001 ISO 50001	2015 2018 2021
HUGO BOSS Schuhe & Accessoires Polen Sp. Z o.o.	Produktion Radom	Polen	ISO 14001	2017
HUGO BOSS Textile Industry Ltd.	Produktion Izmir	Türkei	ISO 14001 ISO 50001	2014 2014
HUGO BOSS Ticino S.A.	Hauptsitz Coldrerio	Schweiz	ISO 50001	2015
HUGO BOSS UK Ltd.	Hauptsitz London und eigene Einzelhandelsgeschäfte	Vereinigtes Königreich	ISO 50001	2017

<sup>1</sup> Der Abdeckungsgrad der HUGO BOSS Standorte mit einer ISO-Zertifizierung liegt bei ca. 70% (Berechnung bezogen auf die Gebäudefläche).

# ESG-RATINGS UND -RANKINGS

Unser starkes Engagement für Nachhaltigkeit wird regelmäßig durch verschiedene renommierte ESG-Ratings und -Rankings bestätigt und ausgezeichnet. Dies unterstreicht unser Engagement für verantwortungsvolle Geschäftspraktiken und unsere kontinuierlichen Bemühungen, einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten. Mit unserem Ansatz der **transparenten Berichterstattung und nachhaltigen Geschäftspraktiken** wollen wir auch weiterhin eine Vorreiterrolle in unserer Branche einnehmen, ganz im Sinne unseres Mission Statements „We Love Fashion, We Change Fashion“.


## WICHTIGSTE ESG-RATINGS UND -RANKINGS

	Erklärung	Bewertung
 <p>Member of <b>Dow Jones Sustainability Indices</b> Powered by the S&amp;P Global CSA</p>	Mit 87 Punkten im Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2023 wurde HUGO BOSS zum 7. Mal in Folge in den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World aufgenommen und belegt branchenweit den zweiten Platz.	<b>87</b>
 <p><b>CDP</b> DISCLOSURE INSIGHT ACTION</p>	2023 erhielt HUGO BOSS für seine allgemeinen Klimaschutzmaßnahmen von CDP ein B, wobei die Klimaziele sowie Scope-1- und Scope-2-Emissionen mit A bewertet wurden.	<b>B</b>
 <p><b>MSCI</b> ESG RATINGS AA</p>	HUGO BOSS hat von MSCI 2023 ein AA erhalten und damit über dem Branchendurchschnitt liegende Maßnahmen und Ergebnisse in Bezug auf den CO <sub>2</sub> -Fußabdruck der Produkte, die Rohstoffbeschaffung und die Unternehmensführung gezeigt.	<b>AA</b>
 <p><b>ISS ESG</b></p>	ISS ESG bewertete die ESG-Gesamtleistung von HUGO BOSS mit C+ (Prime) und damit über dem branchenspezifischen Schwellenwert.	<b>C+</b>
 <p><b>SUSTAINALYTICS</b></p>	Im Jahr 2024 wurde HUGO BOSS mit einer Punktzahl von 14,2 bewertet, was bedeutet, dass das Unternehmen einem geringen ESG-Risiko ausgesetzt ist und gute Managementpraktiken anwendet.	<b>14,2</b>
 <p><b>Bloomberg</b></p>	HUGO BOSS wurde mit einem ESG-Score von 6,24 (führend) bewertet, einhergehend mit einer hohen Transparenzquote.	<b>6,24</b>

Aufgrund unserer anhaltenden Bestrebungen im Bereich Nachhaltigkeit und unserer hohen Transparenz wurde HUGO BOSS zum siebten Mal in Folge in den renommierten **Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World** und zum vierten Mal in Folge in den DJSI Europe aufgenommen. Im dazugehörigen Corporate Sustainability Assessment (CSA) belegten wir erneut einen starken zweiten Platz in der globalen Textil-, Bekleidungs- und Luxusgüterindustrie. In verschiedenen Kernbereichen wie Menschenrechten, Abfallmanagement, Kundenbeziehungsmanagement, Datenschutz und Innovationsmanagement erzielten wir besonders gute Ergebnisse und wurden dort folglich jeweils als „Best in Class“ eingestuft. Für die aktive Umsetzung wichtiger Nachhaltigkeitsmaßnahmen wurden wir im Jahr 2023 zudem mit dem **Golden Planet Award** ausgezeichnet. Für seine transparente und umfassende Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthemen erhielt HUGO BOSS darüber hinaus den **ESG Transparency Award**.

# GRI-INHALTSINDEX

Der HUGO BOSS Nachhaltigkeitsbericht 2023 wurde in Übereinstimmung mit den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021 erstellt. Die Auswahl der allgemeinen und spezifischen Standards, über die berichtet wird, basiert auf unserer Wesentlichkeitsanalyse. Ausgewählte Angaben wurden einer externen Prüfung unterzogen.

GRI-Standard/ Andere Quellen	Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
			Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>Allgemeine Angaben</b>					
<b>GRI 2: Allgemeine Angaben 2021</b>	2-1 Organisationsprofil	8-9			
	2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	7			
	2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	7			
	2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	103-105			Sofern Informationen aus früheren Berichten in abweichender Form weitergeführt werden, ist dies an den jeweiligen Stellen im Bericht entsprechend vermerkt.
	2-5 Externe Prüfung	103-105			
	2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	14-16	2-6 a 2-6 d	Nicht anwendbar	Im Berichtsjahr haben keine signifikanten Veränderungen stattgefunden.
	2-7 Angestellte 	43, 45, 85-86		Informationen nicht verfügbar/ unvollständig	Angaben zu Arbeitnehmer mit nicht garantierten Arbeitszeiten liegen nicht vor.
	2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	45, 86			
	2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	13			
	2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	GB 168			
	2-11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	GB 168			
	2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	13-14			
	2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	13, 20, 44, 65			
	2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	7, 13, 44			
	2-15 Interessenkonflikte	13			
	2-16 Übermittlung kritischer Anliegen	67			
	2-17 Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	43, 47			
	2-18 Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	16, GB 159 ff.			

GRI-Standard/ Andere Quellen	Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
			Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>GRI 2: Allgemeine Angaben 2021</b>	2-19 Vergütungspolitik	64			
	2-20 Verfahren zur Festlegung der Vergütung	49-50, GB 173 ff.			
	2-21 Verhältnis der Jahresgesamtvergütung		2-21 a, b, c	Informationen nicht verfügbar/unvollständig	Angaben zum Verhältnis der Jahresgesamtvergütung liegen nicht vor.
	2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	4-6			
	2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	44, 64-65			
	2-24 Einbeziehung politischer Verpflichtungen	15, 65-66			
	2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	66-67			
	2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	66, 69-70			
	2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	66-68	2-27 b i, ii, c, d	Nicht anwendbar	Im Berichtsjahr wurden keine Strafzahlungen wegen etwaiger Umweltverstöße verhängt.
	2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	58-59			
2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	69-70				
2-30 Tarifverträge	45, 50				
<b>Wesentliche Themen</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	14, 75-76			
	3-2 Liste der wesentlichen Themen	75-76			
<b>Wirtschaftliche Leistung</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	43-44, GB 211 ff.			
<b>GRI 201 Wirtschaftliche Leistung 2016</b>	GRI 201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	43-44, GB 211 ff.			
	GRI 201-2 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	GB 211 ff.			
	GRI 201-3 Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	GB 257 ff.			
	GRI 201-4 Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	GB 228 ff.			
<b>Beschaffungspraktiken</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	55-56			
<b>GRI 204 Beschaffungs- praktiken</b>	GRI 204-1 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten		204-1	Informationen nicht verfügbar/unvollständig	HUGO BOSS gewährt bei gleichwertigen Angeboten der lokalen Beschaffung (Local Sourcing) Vorrang.
<b>Korruptionsbekämpfung</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	65-66			

GRI-Standard/ Andere Quellen	Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
			Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>GRI 205 Korruptions- bekämpfung</b>	GRI 205-1 Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	66-67			
	GRI 205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	65-66			
	GRI 205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen ✓	66-67			
<b>Wettbewerbswidriges Verhalten</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	66-67			
<b>GRI 206 Wett- bewerbswidri- ges Verhalten</b>	GRI 206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung ✓	66-67			
<b>Steuern</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	Steuerstrategie			
<b>GRI 207 Steuern</b>	GRI 207-1 Steuerkonzept	Steuerstrategie			
	GRI 207-2 Tax Governance, Kontrolle und Risikomanagement	Steuerstrategie			
	207-3 Einbeziehung von Stakeholdern und Management von steuerlichen Bedenken	Steuerstrategie			
	207-4 Länderbezogene Berichterstattung	Steuerstrategie			
<b>Materialien</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	34			
<b>GRI 301 Materialien 2016</b>	GRI 301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	35-36			
	GRI 301-2 Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	38-39, 83			
	GRI 301-3 Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien		301-3	Informationen nicht verfügbar/ unvollständig	Daten zum Recycling und zur Wiederverwendung von Produkten aufgeteilt in Produktkategorien und Verpackungen werden nicht erhoben.
<b>Energie</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	20-21, 25-26			
<b>GRI 302 Energie 2016</b>	GRI 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation ✓	20-21, 25-26, 79	302-1 d		HUGO BOSS weist die Energieverbräuche in der Einheit Megawattstunde (MWh) aus. Eine Megawattstunde entspricht 3,6 Gigajoule (GJ). Angaben zum Brennstoffverbrauch von eigenen Fahrzeugen liegen derzeit nicht vor. Die Umrechnungsfaktoren der einzelnen Energieträger basieren auf generischen Umrechnungsfaktoren.



GRI-Standard/ Andere Quellen	Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
			Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>GRI 302 Energie 2016</b>	GRI 302-2 Energieverbrauch außerhalb der Organisation	20-21, 25-26, 79			
	GRI 302-3 Energieintensität ✓	20-21, 25-26, 79			
	GRI 302-4 Verringerung des Energieverbrauchs	20-21, 25-26, 79			HUGO BOSS reports energy consumption in the unit megawatt hour (MWh).
	GRI 302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen		302-5	Nicht anwendbar	Für den Energiebedarf der Produkte können nur Annahmen getroffen werden.
<b>Wasser und Abwasser</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	20-21, 28-29			
<b>GRI 303 Wasser und Abwasser 2018</b>	GRI 303-1 Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	19-20, 28-30			
	GRI 302-2 Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	19-20, 29-30			
	GRI 303-3 Wasserentnahme ✓	19-20, 29-30, 81			
	GRI 303-4 Wasserrückführung	81	303-4 b-d	Informationen nicht verfügbar/ unvollständig	HUGO BOSS reports water consumption in units of cubic meters (m³). One cubic meter is equal to 0.001 megaliters (ML). Data on water recycling broken down by freshwater and other water are not collected.
	GRI 303-5 Wasserverbrauch	81			HUGO BOSS weist den Wasserverbrauch in der Einheit Kubikmeter (m³) aus. Ein Kubikmeter entspricht 0,001 Megalitern (ML). Die Bestimmung des Wasserverbrauchs an eigenen Produktionsstandorten in Wasserstressgebieten richtet sich nach dem global anerkannten Aqueeduct Water Risk Atlas des World Resources Institute (WRI).
<b>Emissionen</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	23-25			
<b>GRI 305 Emissionen 2016</b>	GRI 305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1) ✓	23-25, 79			Für die Berechnung wurden Emissionsfaktoren der GaBi Datenbank, sowie unternehmenseigene Emissionsfaktoren verwendet. Die Daten sind nach der Vollkonsolidierungsmethode konsolidiert.
	GRI 305-2 Indirekte energiebedingte THGEmissionen (Scope 2) ✓	23-25, 79-80			Für die Berechnung wurden Emissionsfaktoren der GaBi Datenbank, sowie unternehmenseigene Emissionsfaktoren verwendet. Die Daten sind nach der Vollkonsolidierungsmethode konsolidiert.
	GRI 305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	23-25, 79			

GRI-Standard/ Andere Quellen	Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
			Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>GRI 305 Emissionen 2016</b>	GRI 305-4 Intensität der Treibhausgasemissionen	23-25, 79			
	GRI 305-5 Senkung der Treibhausgasemissionen	23-25, 79			
	GRI 305-6 Emissionen Ozon abbauender Substanzen		305-6	Nicht anwendbar	Für HUGO BOSS sind die Emissionen unwesentlich, da die Stoffe nicht für das Kerngeschäft verwendet werden.
	GRI 305-7 Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen		305-7	Nicht anwendbar	Für HUGO BOSS sind die Emissionen unwesentlich, da die Stoffe nicht für das Kerngeschäft verwendet werden.
<b>Abfall</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	41			
<b>GRI 306 Abfall 2020</b>	GRI 306-1 Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	41			
	GRI 306-2 Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	32-33			
	GRI 306-3 Angefallener Abfall ✓	84			
	GRI 306-4 Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	84			
	GRI 306-5 Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	84			
<b>Umweltbewertung der Lieferanten</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	39-40			
<b>GRI 308 Umweltbe- wertung der Lieferanten 2016</b>	GRI 308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	55-56, 71-72			
	GRI 308-2 Negative Umwelt- auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	39-40	308-2-e	Nicht anwendbar	Im Jahr 2023 wurden keine Geschäftsbeziehungen wegen eines Verstoßes gegen den Supplier Code of Conduct aufgelöst.
<b>Beschäftigung</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	43-44			
<b>GRI 401 Beschäftigung 2016</b>	GRI 401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestellten- fluktuation ✓	45, 86-88			
	GRI 401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	45-47, 49-50, 51			
	401-3 Elternzeit	45-47	401-3 a,c,d	Informationen nicht verfügbar/ unvollständig	Detaillierte Daten zu Angestellten mit Anspruch auf Elternzeit nach Geschlecht werden nicht erhoben.

GRI-Standard/ Andere Quellen	Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
			Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	43-46			
<b>GRI 402 Arbeitnehmer- Arbeitgeber- Verhältnis 2016</b>	GRI 402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		402-1	Nicht anwendbar	HUGO BOSS hält alle gesetzlichen Vorschriften zu Mitteilungsfristen ein.
<b>Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	43-44			
<b>GRI 403 Arbeits- sicherheit und Gesundheits- schutz 2018</b>	GRI 403-1 Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	50-52, 51			
	GRI 403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	51-52			
	GRI 403-3 Arbeitsmedizinische Dienste	51-52			
	GRI 403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	51-52			
	GRI 403-5 Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	51-52			
	GRI 403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	51			
	GRI 403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	51-52, 56-58			
	GRI 403-8 Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind	50-52	403-8 a-i-iii,b	Informationen nicht verfügbar/ unvollständig	Angaben zur Abdeckung der Mitarbeiter und Kontraktoren durch das OHS-Programm liegen aktuell nicht vor.
	GRI 403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen ✓	51-52, 89	403-9 a, b ii-v, c i-iii, d, e, f, g	Nicht anwendbar	Wie in den Vorjahren gab es auch im Berichtsjahr keine tödlichen Unfälle.
	GRI 403-10 Arbeitsbedingte Erkrankungen ✓	51-52	403-10 a-iii, b-iii, c-ii-iii, d, e	Informationen nicht verfügbar/ unvollständig	Die Definition von arbeitsbe- dingten Erkrankungen weicht von der im GRI ab. Angaben zu den arbeitsbedingten Gefahren, die das Risiko von Erkrankungen bergen liegen aktuell nicht vor. Die Im Berichtsjahr gab es, wie auch in den Jahren davor, keine Todesfälle aufgrund arbeits- bedingter Erkrankungen.
<b>Aus- und Weiterbildung</b>					
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	43-44			
<b>GRI 404 Aus- und Weiterbildung</b>	GRI 404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	48-49	404-1 a-i,ii	Informationen nicht verfügbar/ unvollständig	Angaben zu den durch- schnittlichen Trainings- stunden nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie liegen aktuell nicht vor.

GRI-Standard/ Andere Quellen	Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
			Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>GRI 404</b> <b>Aus- und</b> <b>Weiterbildung</b>	GRI 404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	48-49			
	GRI 404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	48-49	404-3	Informationen nicht verfügbar/unvollständig	Angaben zu der Leistungsbeurteilung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie liegen aktuell nicht vor.
<b>Diversität und Chancengleichheit</b>					
<b>GRI 3:</b> <b>Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	43-44			
<b>GRI 405</b> <b>Diversität und Chancen-</b> <b>gleichheit</b>	GRI 405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten ✓	85-86	405-1 a-iii, b-iii	Nicht anwendbar	Angaben nach Minderheiten sind für HUGO BOSS nicht anwendbar, da das Unternehmen niemanden als solche betrachtet.
	GRI 405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern		405-2	Nicht anwendbar	HUGO BOSS bezahlt Frauen und Männer gleich. Die Vergütung basiert auf Leistung und Qualifikation der Mitarbeiter.
<b>Diskriminierungsfreiheit</b>					
<b>GRI 3:</b> <b>Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	43-47			
<b>GRI 406</b> <b>Diskriminie-</b> <b>rungsfreiheit</b> <b>2016</b>	GRI 406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen ✓	67-68, 90			
<b>Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen</b>					
<b>GRI 3:</b> <b>Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	16, 43-44, 60			
<b>GRI 407</b> <b>Vereinigungs-</b> <b>freiheit und</b> <b>Tarifverhand-</b> <b>lungen 2016</b>	GRI 407-1 Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte ✓	52-53, 67-68, 90			
<b>Kinderarbeit</b>					
<b>GRI 3:</b> <b>Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	16, 55-58			
<b>GRI 408</b> <b>Kinderarbeit</b> <b>2016</b>	GRI 408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit ✓	56-58, 90			
<b>Zwangs- oder Pflichtarbeit</b>					
<b>GRI 3:</b> <b>Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	16, 56-58			
<b>GRI 409</b> <b>Zwangs- oder</b> <b>Pflichtarbeit</b> <b>2016</b>	GRI 409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit ✓	56-58, 90			

GRI-Standard/ Andere Quellen/ Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
		Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>Lokale Gemeinschaften</b>				
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	45-47, 61-62		
<b>GRI 413 Lokale Gemein- schaften 2016</b>	GRI 413-1 Betriebsstätten mit Ein- bindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förder- programmen	20-21, 45-47, 58-59, 67-68		
	GRI 413-2 Geschäftstätigkeiten mit erheblichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	75-76		
<b>Soziale Bewertung der Lieferanten</b>				
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	55-56		
<b>GRI 414 Soziale Bewertung der Lieferanten 2016</b>	GRI 414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden ✓	55-56, 56-59, 90		
	GRI 414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen ✓	56-59	414-2	Informationen nicht verfügbar/ unvollständig  Prozentualer Anteil der überprüften Lieferanten mit Maßnahmenplänen 100%. Jeder überprüfte Lieferant erhält einen Maßnahmen- plan als Ergebnis eines Audits. Im Berichtsjahr wurden keine Lieferanten- beziehungen aufgrund von Social-Compliance-Checks beendet.
<b>Politische Einflussnahme</b>				
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	69-70		
<b>GRI 415 Politische Einflussnahme 2016</b>	GRI 415-1 Parteispenden		415-1	Nicht anwendbar  Im Berichtsjahr hat HUGO BOSS keine Spenden an politische Parteien geleistet.
<b>Kundengesundheit und Kundensicherheit</b>				
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	26-28		
<b>GRI 416 Kunden- gesundheit und Kunden- sicherheit 2016</b>	GRI 416-1 Beurteilung der Aus- wirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit ✓	26-28	416-1 a	Informationen nicht verfü- bar/unvoll- ständig  Die Berechnung bezieht sich auf eine Stichprobe von schadstoffgeprüften Materialien, sodass diese Angabe die Offenlegungs- anforderung des GRI 416-1 nicht vollständig erfüllt.
	GRI 416-2 Verstöße im Zusammen- hang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	26-28		

GRI-Standard/ Andere Quellen/ Angabe	Seite/Ort	Auslassung		
		Anforderung ausgelassen	Grund	Erklärung
<b>Marketing und Kennzeichnung</b>				
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	34, 69-70		
<b>GRI 417 Marketing und Kennzeich- nung 2016</b>	GRI 417-1 Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungs- informationen und Kennzeichnung	34		
	GRI 417-2 Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungs- informationen und der Kennzeichnung	34		
<b>GRI 417 Marketing und Kennzeich- nung 2016</b>	GRI 417-3 Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation		417-3	Nicht anwendbar  HUGO BOSS hält alle relevanten Standards im Marketing ein.
<b>Schutz der Kundendaten</b>				
<b>GRI 3: Wesentliche Themen</b>	3-3 Management der wesentlichen Themen	68-69		
<b>GRI 418 Schutz der Kundendaten 2016</b>	GRI 418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und den Verlust von Kundendaten ✓	68-69		

GB = Geschäftsbericht 2023, Steuerstrategie = Steuerstrategie 2023

# VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT

**Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit ausgewählter Berichtsangaben des separaten Nachhaltigkeitsberichts 2023**

**An die HUGO BOSS AG, Metzingen**

## **Auftrag**

Wir haben die mit einem grauen bzw. weißen Haken „(☑)“ bzw. „(⊖)“ gekennzeichneten und in grauer Schriftfarbe dargestellten Abschnitte und die mit einem grauen bzw. weißen Haken (☑) bzw. (⊖) gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 (im Folgenden „Nachhaltigkeitsbericht“) der HUGO BOSS AG, Metzingen, (im Folgenden „das Unternehmen“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen. Unser Auftrag bezieht sich dabei ausschließlich auf die mit einem grauen bzw. weißen Haken „(☑)“ bzw. „(⊖)“ gekennzeichneten und in grauer Schriftfarbe dargestellten Abschnitte und die mit einem grauen bzw. weißen Haken (☑) bzw. (⊖) gekennzeichneten Angaben.

## **Verantwortung der gesetzlichen Vertreter**

Die gesetzlichen Vertreter des Unternehmens sind verantwortlich für die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative (im Folgenden: „GRI-Standards-Kriterien“) sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter des Unternehmens umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (Manipulation der Nachhaltigkeitsberichterstattung) oder Irrtümern ist.

Die Genauigkeit und Vollständigkeit der Umweltdaten der nichtfinanziellen Berichterstattung unterliegen inhärent vorhandenen Grenzen, welche aus der Art und Weise der Datenerhebung und -berechnung sowie getroffenen Annahmen resultieren.

### **Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft**

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie die vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätsmanagementstandards an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

### **Verantwortung des Wirtschaftsprüfers**

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die mit einem grauen bzw. weißen Haken „(☑)“ bzw. „(☐)“ gekennzeichneten und in grauer Schriftfarbe dargestellten Abschnitte und die mit einem grauen bzw. weißen Haken (☑) bzw. (☐) gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised): Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000 (Revised)), entwickelt und verabschiedet vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem grauen bzw. weißen Haken „(☑)“ bzw. „(☐)“ gekennzeichneten und in grauer Schriftfarbe dargestellten Abschnitte und die mit einem grauen bzw. weißen Haken (☑) bzw. (☐) gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Standards-Kriterien erstellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder gekennzeichneten Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird.

Bei einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung hinreichender Sicherheit nach Art, Zeit und Inhalt weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.



Im Rahmen unserer Prüfung, die wir in den Monaten Dezember 2023 bis April 2024 durchgeführt haben, haben wir u. a. folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung der gesetzlichen Vertreter sowie relevanter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in den Aufstellungsprozess des Nachhaltigkeitsberichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über ausgewählte Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Identifikation von Risiken wesentlicher falscher Angaben im Nachhaltigkeitsbericht unter Zugrundelegung der GRI-Kriterien
- Analytische Beurteilung ausgewählter Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und Konzernlagebericht
- Beurteilung der Darstellung der ausgewählten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung

## Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem grauen bzw. weißen Haken „(☒)“ bzw. „(☑)“ gekennzeichneten und in grauer Schriftfarbe dargestellten Abschnitte und die mit einem grauen bzw. weißen Haken (☒) bzw. (☑) gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Standards-Kriterien erstellt worden sind.

## Verwendungsbeschränkung sowie Hinweis zur Haftungsbeschränkung

Wir erteilen den Vermerk auf Grundlage unserer mit der Gesellschaft geschlossenen Auftragsvereinbarung (einschließlich der „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften“ vom 1. Januar 2017 des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V.). Wir weisen darauf hin, dass die Prüfung für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt ist. Folglich ist er möglicherweise für einen anderen als den vorgenannten Zweck nicht geeignet. Somit ist der Vermerk nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen.

Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung. Unser Prüfungsurteil ist in dieser Hinsicht nicht modifiziert.

Stuttgart, den 24. April 2024

Deloitte GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

**Dr. Thomas Reitmayr**  
Wirtschaftsprüfer

**Sebastian Dingel**  
Partner

# ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

## ABKÜRZUNGEN

AFIRM	Apparel and Footwear International RSL Management
CAP	Corrective action plan
CEO	Chief Executive Officer
CFO	Chief Financial Officer
COO	Chief Operating Officer
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive
CSR-RUG	CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz
DGNB	Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V.
DJSI	Dow Jones Sustainability Index
EDP	Employee Development Program
FLA	Fair Labor Association
FSA	Flexible spending accounts
FSC	Forest Stewardship Council
FTE	Full Time Equivalent
GCGC	German Corporate Governance Code
GHG	Greenhouse Gas Protocol
GIZ	German Corporation for International Cooperation GmbH
GRI	Global Reporting Initiative
GPTW	Great Place to Work
HIPOSS	High Potential Program
ILO	International Labour Organization
ISAE	International Standard on Assurance Engagements
ISO	International Organization for Standardization
LED	Light-emitting diode
LDP	Leadership Development Program
LGBTQIA+	Lesbian, gay, bisexual, transgender/transsexual, queer/questioning, intersex, asexual
LPG	Liquified petroleum gas
LTIFR	Lost Time Injury Frequency Rate
LWG	Leather Working Group
MRSL	Manufacturing Restricted Substances List
NGO	Non-governmental organization
OHS	Occupational health and safety
PDD	Performance & Development Dialog
PFC	Perfluorinated and polyfluorinated chemicals
RSL	Restricted Substances List
SAQ	Self-assessment questionnaire
SCoC	Supplier Code of Conduct
SDGs	Sustainable Development Goals

## ABKÜRZUNGEN

---

SCS	Supply Chain Sustainability
SHIP	Employee share investment program (Mitarbeiteraktienprogramm)
TCFD	Task Force on Climate-Related Financial Disclosures
UNFCCC	United Nations Framework Convention on Climate Change
ZDHC	Zero Discharge of Hazardous Chemicals

### Symbole

✔ / ⚠ / ❌	Kennzeichnung von Informationen, die zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit geprüft wurden.
-----------	--

---

# KONTAKTE

## Investor Relations

**Telefon** +49 7123 94-80903

**E-Mail** investor-relations@hugoboss.com

## Christian Stöhr

Senior Vice President Investor Relations

**Telefon** +49 7123 94-87563

**E-Mail** christian\_stoehr@hugoboss.com

## Carolin Westermann

Senior Vice President Corporate Communications

**Telefon** +49 7123 94-86321

**E-Mail** carolin\_westermann@hugoboss.com

# RECHTLICHER HINWEIS

## HUGO BOSS AG

Holy-Allee 3  
72555 Metzingen  
Deutschland

**Telefon** +49 7123 94-0

group.hugoboss.com

## Konzeption und Gestaltung

nexxar GmbH, Wien  
www.nexxar.com